

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**EVALUASI PROSES MARKETING PADA PERUSAHAAN  
DISTRIBUTOR OBAT DENGAN METODE MANAJEMEN  
RISIKO DAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY***

**(Studi Kasus : PT. Panay Farmalab)**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada  
Program Studi Teknik Industri



oleh :

DEWI PRATIWI  
11752200013



UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## LEMBAR PERSETUJUAN

### EVALUASI PROSES MARKETING PADA PERUSAHAAN DISTRIBUTOR OBAT DENGAN METODE MANAJEMEN RISIKO DAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY* (Studi Kasus : PT. Panay Farmalab)

#### TUGAS AKHIR

**DEWI PRATIWI**  
**11752200013**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal


Pembimbing I

  
**Dr. Petir Napilo ST, M.Sc**  
**197507232007011018**

Pembimbing II

  
**H. Ekie Gilang Permata, ST., M.Sc**  
**197809172009121003**

Ketua Jurusan

  
**Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D**  
**198506162011011016**



## LEMBAR PENGESAHAN

### EVALUASI PROSES MARKETING PADA PERUSAHAAN DISTRIBUTOR OBAT DENGAN METODE MANAJEMEN RISIKO DAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY*

### TUGAS AKHIR

Oleh

**DEWI PRATIWI**  
**11752200013**

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik

Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
di Pekanbaru, pada tanggal 08 Juli 2021

Pekanbaru, 8 Juli 2021


Mengesahkan,

Ketua Program Studi

  
**Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng, Ph.D**  
**NIP. 19850616 201101 1 016**

#### DEWAN PENGUJI

**Ketua** : Muhammad Nur, ST., M.Si  
**Sekretaris I** : Dr. Petir Papilo, ST., M.Sc  
**Sekretaris II** : H. Ekie Gilang Permata, ST., M.Sc  
**Anggota I** : Dr. Rika, S.Si., M.Sc  
**Anggota II** : Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, ST., M.T

  
**Dr. Hartono, M. Pd**  
**NIP. 196403011992031003**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan berkenaan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelas sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 8 Juli 2021

Yang membuat pernyataan

**DEWI PRATIWI**  
**11752200013**

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSEMBAHAN



Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-MU telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya tugas akhir yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi...

### **Mama dan Papa Tercinta.**

Tak henti-hentinya rasa syukur kupanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi kesempatan menjadi anak dari seseorang bidadari yang sangat luar biasa cantik seperti mama dan terimakasih telah memberi kesempatan untuk dibesarkan oleh didikan dari pahlawan super seperti Papa. Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada mama dan Papa yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada tara yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.

Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mama dan Papa bahagia karena diriku sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk mama dan Papa yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku untuk menjadi seseorang yang lebih baik,

Terima kasih bidadariku... terimakasih my hero...

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# EVALUASI PROSES *MARKETING* PADA PERUSAHAAN DISTRIBUTOR OBAT DENGAN METODE MANAJEMEN RISIKO DAN *SOFT SYSTEM METHODOLOGY* (Studi Kasus : PT. Panay Farmalab)

Oleh:  
Dewi Pratiwi

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim  
Riau  
Jl. HR. Soebrantas KM. 18No.155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293  
Email: dewipratiwi396@gmail.com

## ABSTRAK

Setiap proses dalam industri memiliki risiko-risiko yang memungkinkan terjadinya kerugian pada industri tersebut, proses pemasaran merupakan salah satu proses industri yang juga tidak lepas dari risiko. Risiko yang terjadi pada proses pemasaran dapat memperlambat penetrasi produk ke pasar. Dibutuhkan mitigasi risiko untuk mengurangi tingkat kerugian yang dapat ditimbulkan dari dampak risiko serta tidak mengganggu atas kelangsungan proses bisnis. Penelitian ini dilakukan pada PT. Panay Farmalab cabang Agam yang dalam beberapa waktu terakhir hasil penjualan yang diperoleh tidak mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan. Perusahaan ini juga mengalami penurunan omset yang dimulai pada bulan juni 2019 sebesar 54%. Pencapaian penjualan yang diperoleh dari bulan Januari 2018 - Mei 2018 berkisar antara 70 % hingga 104 %, sedangkan pencapaian yang diperoleh pada bulan Juni 2019 berkisar 63% hingga 97% dari target omset bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam evaluasi proses *marketing* ini dilakukan pengintegrasian Metode Manajemen Risiko dan *Soft System Methodology*. Penilaian risiko dilakukan menggunakan kuesioner *Qualitative Risk Assesment* dan *Probability Impact Matrix*, dari hasil penilaian ditemukan empat risiko tingkat tinggi yang mempengaruhi proses *marketing* pada PT. Panay Farmalab cabang Agam. Risiko tersebut yaitu produk yang dipesan perusahaan cabang tidak tersedia, harga produk yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, dan *outlet* telah diisi oleh *supplier* pesaing.

**Kata Kunci :** Manajemen Risiko, Proses *marketing*, *Soft System Methodology*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# EVALUATION OF MARKETING PROCESS IN DRUG DISTRIBUTOR COMPANIES WITH RISK MANAGEMENT METHODS AND SOT SYSTEM METHODOLOGY (Case Study : PT. Panay Farmalab)

By :

**Dewi Pratiwi**

Department of Industrial Engineering, Faculty of Science and Technology Sultan Syarif Kasim State  
Islamic University Riau  
Jl. HR. Soebrantas KM. 18No.155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293  
Email: dewipratiwi396@gmail.com

## ABSTRACT

*Every process in the industry has risks that allow losses to the industry, the marketing process is one of the industrial processes that cannot be separated from risk. Risks that occur in the marketing process can slow down product penetration into the market. Risk mitigation is needed to reduce the level of losses that can arise from the impact of risk and not interfere with the continuity of business processes. This research was conducted at PT. Panay Farmalab Agam branch which in recent times the sales proceeds did not reach the target set by the company. The company also experienced a decline in turnover starting in June 2019 by 54%. Sales achievements obtained from January 2018 - May 2018 ranged from 70% to 104%, while achievements in June 2019 ranged from 63% to 97% of the monthly turnover target set by the company. In the evaluation of the marketing process, the integration of Risk Management Methods and Soft System Methodology is carried out. The risk assessment was carried out using a Qualitative Risk Assessment and Probability Impact Matrix questionnaire, from the results of the assessment found four high-level risks that affect the marketing process at PT. Panay Farmalab Agam branch. These risks are that the product ordered by the branch company is not available, the price of the product is not in accordance with the customer's wishes, and the outlet has been filled by competing suppliers.*

**Keywords :** Marketing Process, Risk Management, Soft System Methodology

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb. Alhamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul “ Evaluasi Proses Marketing Pada Perusahaan Distributor Obat Dengan Metode Manajemen Risiko dan *Soft System Methodology* (**Studi Kasus : PT. Panay Farmalab**)” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab., M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono., M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Fitra Lestari Norhiza, ST .,M.Eng, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnelly, S.Kom, M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri UIN Suska Riau.
5. Bapak Nazaruddin Hasibuan, ST., M.Si sebagai Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Petir Papilo, ST., M.Sc selaku Dosen Pembimbing 1 yang banyak membantu serta meluangkan waktu, tenaga dalam berkonsultasi dan

menyumbangkan pikiran untuk menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir ini.

7. Bapak H. Ekie Gilang Permata ,ST., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Muhammad Nur S.T., M.Si selaku ketua sidang yang telah memberikan kontribusi dalam berjalannya sidang tugas akhir ini.
9. Ibu Dr. Rika, S.Si., M.Sc dan Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, S.T., M.T selaku penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran yang membangun dalam penulisan tugas akhir ini.
10. Bapak Ismu Kusumanto, ST., MT selaku Pembimbing Akademik penulis di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Seluruh Dosen dan *Staff* Jurusan Teknik Industri yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu dan motivasi dalam menyelesaikan pendidikan di Jurusan Teknik Industri UIN Suska Riau.
12. Ibu Elfina Suryani, S.farm., Apt selaku penanggung jawab PT. Panay Farmalab cabang Agam yang telah memberikan bimbingan beserta masukan dan saran yang membangun selama proses penelitian Tugas Akhir.
13. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Bapak Yelrizon S, SH. dan Ibu Lastri Surya, S. Sos yang telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
14. Kakak dan adik Dewi Kartika, S.Pd dan Dewi Latifah Kurnia yang telah memberikan semangat beserta dukungan dalam menjalankan perkuliahan.
15. Rekan-Rekan Teknik Industri angkatan 17 yang telah memberi semangat selama proses penulisan laporan Tugas Akhir ini.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16. Rekan-rekan Ckuydem selaku teman seperjuangan yang memberikan banyak suka maupun duka selama perkuliahan.

17. Rekan-rekan seperjuangan Erryni Chantika Permata, Nadia Aspa, dan Mutiara Purnama yang telah memberikan banyak dukungan baik secara materil maupun moril kepada penulis dalam menyelesaikan studi di UIN SUSKA Riau.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan Tugas Akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 8 Juli 2021  
Penulis

(Dewi Pratiwi)

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

### COVER

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR SINGKATAN .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah .....	9
1.6 Posisi Penelitian .....	9
1.7 Sistematika Penulisan .....	12

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Marketing.....	14
2.1.1 Marketing Mix .....	15
2.1.2 Proses <i>Marketing</i> .....	17
2.1.3 Fungsi dan Peran <i>Marketing</i> .....	17
2.1.4 Strategi dalam <i>Marketing</i> .....	18
2.2 Pedagang Besar Farmasi .....	20
2.2.1 Cara Distribusi Obat yang Baik (CDBO) pada Pedagang Besar Farmasi .....	20

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Konsep Manajemen Risiko .....	23
2.3.1 Jenis Risiko .....	24
2.3.2 Tujuan Manajemen Risiko .....	24
2.3.3 Langkah Manajemen Risiko .....	25
2.3.4 Perlakuan Terhadap Risiko .....	28
2.4 Konsep Dasar <i>Soft System Methodology</i> .....	29
2.4.1 Langkah <i>Soft System Methodology</i> .....	29

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Langkah-langkah Penelitian .....	33
3.1.1 Studi Pendahuluan .....	33
3.1.2 Identifikasi Masalah .....	33
3.1.3 Perumusan Masalah .....	33
3.1.4 Penetapan Tujuan Penelitian .....	34
3.1.5 Pengumpulan Data .....	34
3.1.6 Pengolahan Data .....	35
3.1.7 Teknik Pengolahan Data .....	35
3.1.7.1 Manajemen Risiko .....	35
3.1.7.2 <i>Probability Impact Matrix</i> .....	36
3.1.7.3 <i>Soft System Methodology</i> .....	37
3.1.7.4 Integrasi Manajemen Risiko dan SSM .....	38
3.1.8 Analisa .....	39
3.1.9 Kesimpulan dan Saran .....	39

### BAB IV PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	40
4.1.2 Proses <i>Marketing</i> .....	40
4.2 Pengolahan Data .....	41
4.2.1 Mengkaji Permasalahan .....	41
4.2.1.1 Identifikasi Permasalahan .....	42
4.2.1.2 <i>Qualitative Risk Assesment</i> .....	43
4.2.1.3 Menghitung <i>Saverity Indexs</i> .....	45

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.1.4 <i>Probability Impact Matrix</i> .....	49
4.2.2 Mengekspresikan Situasi Permasalahan .....	51
4.2.3 Mendefenisikan Masing-masing Pihak ke CATWOE.....	55
4.2.4 Membangun Model Konseptual Sesuai dengan <i>Root</i> <i>Defenition</i> .....	56
4.2.5 Membandingkan Model Konseptual dengan Situasi Dunia Nyata .....	57
4.2.6 Menetapkan Strategi yang Dapat Diterapkan .....	60
4.2.7 Tindakan Perbaikan yang Akan Diimplementasikan .....	63

## BAB V ANALISA

5.1 Identifikasi Permasalahan Risiko Penurunan Omset Perusaha.....	65
5.2 Menganalisis Tingkat Risiko pada Proses <i>Marketing</i> .....	65
5.3 Strategi yang Dapat Dilakukan dalam Meminimalkan Risiko .....	66

## BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan .....	67
6.3 Saran .....	69

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Posisi Penelitian .....	9
2.1 Kategori Nilai <i>Severity Index</i> untuk Frekuensi ( <i>Probability</i> ) .....	26
2.2 Kategori Nilai <i>Severity Index</i> untuk Dampak .....	27
2.3 Identifikasi CATWOE .....	30
3.1 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	35
3.2 Pengolahan Data.....	35
4.1 Identifikasi Risiko Proses <i>Marketing</i> .....	42
4.2 Rekapitulasi Kuesioner Probabilitas dan Dampak Risiko Proses <i>Marketing</i> .....	44
4.3 Rekapitulasi Hasil Perhitungan <i>Saverity Index</i> Probabilitas dan dampak Risiko .....	47
4.4 Level Risiko .....	49
4.5 Analisis CATWOE .....	55
4.7 Respon Terhadap Risiko .....	60

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Diagram Perbandingan Target dengan Pencapaian Penjualan .....	4
2.1 <i>Probability Impact Matrix</i> .....	27
2.2 Tahapan <i>Soft System Methodology</i> .....	29
3.1 Metodologi Penelitian .....	32
4.1 Proses Marketing PT. Panay Farmalab .....	41
4.2 <i>Probability Impact Matrix</i> .....	49
4.3 <i>Rich Picture</i> .....	52
4.4 Model Konseptual .....	56
4.6 Proses <i>Marketing Tanpa Sistem Dropping</i> .....	64



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Halaman
SSM : <i>Soft System Methodology</i> .....	3
PBF : Pedangang Besar Farmasi .....	3
SPG : <i>Sales Product Girl</i> .....	4
PEGS : <i>Panay Farmalab Global System</i> .....	4
BUMN : Badan Usaha Milik Negara .....	6
VAR : <i>Value at Risk</i> .....	10
RSCA : <i>Risk and Control Self Assessment</i> .....	11
4P : <i>Product, Price, Place or Distribution, and Promotion</i> .....	16
POP : <i>Point of Purchase</i> .....	20
CDBO : Cara Distribusi Obat yang Baik .....	20
PIM : <i>Probabilistic Impact Matrix</i> .....	27
SI : <i>Severity Index</i> .....	27
RD : <i>Root Defenition</i> .....	31
ACC : <i>Accept</i> .....	41
HO : <i>Head Office</i> .....	41

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

## BAB I PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi laju pertumbuhan industri di Indonesia semakin meningkat. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, dalam analisis perkembangan industri Indonesia edisi I tahun 2020 pertumbuhan industri Indonesia lima tahun terakhir meningkat sebesar 2,54 % sampai 9,70 % (Kemenprin, 2020). Peningkatan ini dipengaruhi oleh tingginya pertumbuhan investasi serta tingginya pertumbuhan konsumsi masyarakat dan konsumsi pemerintah. Setiap industri berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga mengakibatkan kondisi yang kompetitif antar industri menjadi lebih ketat. Kondisi yang kompetitif diantara industri muncul karena industri bisnis berusaha untuk mencapai keunggulan dari industri sejenis lainnya.

Setiap organisasi bisnis bersaing untuk beradaptasi dalam memenangkan pangsa pasar dengan tujuan pemenuhan target penjualan dan memperoleh keuntungan. Dalam menguasai pangsa pasar bukanlah hal yang mudah dibutuhkan strategi dan kerja sama tim yang baik agar industri dapat bersaing dengan industri lainnya. Selain penentuan strategi dalam menguasai pangsa pasar, setiap industri juga harus melakukan evaluasi pengembangan dan pembaharuan sistem secara berkala sesuai perkembangan jaman (Basuki, 2019). Evaluasi dan pembaharuan ini bertujuan agar perusahaan dapat berkembang dan dapat memenuhi target berserta keuntungan yang diharapkan. Persaingan dalam menguasai pangsa pasar semakin menjadi perhatian setiap industri sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Industri farmasi merupakan salah satu industri yang menjadi sorotan pada kondisi pandemi Covid-19 (Herdady & Muchtaridi, 2020), kondisi ini mengakibatkan tingginya tingkat persaingan industri farmasi dalam memenuhi kebutuhan obat dan alat kesehatan.

Industri farmasi menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 799/Menkes/Per/XII/2010 tentang Industri Farmasi adalah badan usaha yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki izin dari Menteri Kesehatan untuk melakukan kegiatan pembuatan obat atau bahan obat (Kemenkes, 2011). Berdasarkan Permenkes No. 36 Tahun. 2009 obat adalah bahan atau paduan bahan, termasuk produk biologi yang digunakan untuk mempengaruhi atau menyelidiki sistem fisiologi atau keadaan patologi dalam rangka penetapan diagnosis, pencegahan, penyembuhan, pemulihan, peningkatan kesehatan dan kontrasepsi, untuk manusia (Kalsum, 2019). Obat telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat luas, pada saat ini obat tidak hanya digunakan untuk pemulihan suatu penyakit, obat juga digunakan sebagai pencegahan, serta meningkatkan imunitas tubuh. Obat terdiri dari beberapa jenis diantaranya obat tradisional atau herbal dan obat yang dibuat menggunakan zat-zat kimia.

Berdasarkan berita resmi statistik Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Triwulan IV 2019 No.14/02/Th. XXIII, industri farmasi merupakan industri manufaktur yang mengalami pertumbuhan produksi tertinggi pada triwulan IV tahun 2019 terhadap triwulan IV tahun 2018. Industri Farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional, naik sebesar 18,58 persen (Badan Pusat Statistik, 2020). Tingginya tingkat pertumbuhan industri farmasi ini menyebabkan persaingan yang dihadapi oleh industri farmasi semakin ketat. Kondisi ini mengakibatkan banyak timbul permasalahan dan risiko yang dihadapi terutama dalam memperoleh pelanggan. Permasalahan dan risiko ini memperoleh kemungkinan terjadinya kerugian seiring berjalannya waktu sehingga perusahaan perlu memperhatikan kemungkinan kerugian dengan melakukan pencegahan lebih awal (Mahirun, 2020), salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mengendalikan kemungkinan risiko.

Risiko merupakan sebuah ketidakpastian berdasarkan tingkat probabilitas kejadiannya yang telah diketahui (Nugraha, dkk., 2019). Risiko adalah ketidakpastian yang dapat menyebabkan kehilangan atau kerugian pada sebuah perusahaan. Setiap proses dalam industri memiliki risiko-risiko yang memungkinkan terjadinya kerugian pada industri tersebut, proses pemasaran merupakan salah satu proses industri yang juga tidak lepas dari risiko. Risiko yang terjadi pada proses pemasaran dapat memperlambat penetrasi produk ke



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pasar. Dibutuhkan mitigasi risiko untuk mengurangi tingkat kerugian yang dapat ditimbulkan dari dampak risiko serta tidak mengganggu atas kelangsungan proses bisnis (Heiman & Hildebrandt, 2018). Manajemen risiko yang baik dapat membantu perusahaan dalam meminimalkan risiko pada proses industri (Sari, dkk., 2020). Manajemen risiko merupakan proses identifikasi, penilaian, dan penentuan prioritas dalam mengurangi, memantau dan mengendalikan kemungkinan atau dampak melalui penggunaan sumber daya yang terorganisir dan efisien untuk memantau risiko peristiwa bencana (Darwish, 2019)

Dalam pemecahan suatu permasalahan dibutuhkan pendekatan menggunakan cara berpikir sistem merupakan cara berpikir baru yang memandang permasalahan secara utuh (Janizar & Anisarida, 2020). Berpikir sistem muncul sebagai respon terhadap keterbatasan dari pendekatan teknikal untuk memecahkan suatu permasalahan, salah satu metode dengan pendekatan cara berpikir sistem adalah Metode *Soft System Methodology* (SSM). SSM dilakukan untuk melihat sebuah gambaran industri secara menyeluruh, sehingga dapat digunakan untuk menentukan strategi peningkatan industri tersebut (Hananto & Septiani, 2020). SSM merupakan suatu metode yang dibutuhkan dalam melakukan pendekatan sistem yang kompleks dengan permasalahan yang tidak terstruktur, membangun model konseptual dan membandingkannya dengan dunia nyata, sehingga memberikan kemudahan dalam melakukan analisa, penentuan strategi yang layak dan diinginkan.

PT. Panay Farmalab dibawah naungan pabrik Nusantara Beta Farma yang berpusat di Kota Padang, perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan pedagang besar farmasi (PBF) yang bergerak dibidang distributor. PT. Panay Farmalab mempunyai 2 cabang yaitu di Kota Pekanbaru dan Kabupaten Agam. Penelitian ini berfokus kepada PT. Panay Farmalab cabang Agam yang beralamat di Jl. Biaro Lasi no. 20 Balai Gurah Kecamatan Ampek Angkek.

PT. Panay Farmalab cabang Agam umumnya mendistribusikan berbagai macam produk ke rumah sakit, puskesmas, klinik, instalasi farmasi, apotek, dan toko obat. Sistem pendistribusiannya dibagi menjadi 3 golongan produk yaitu golongan obat dan alat kesehatan yang terdiri dari obat bebas, obat prekursor, dan

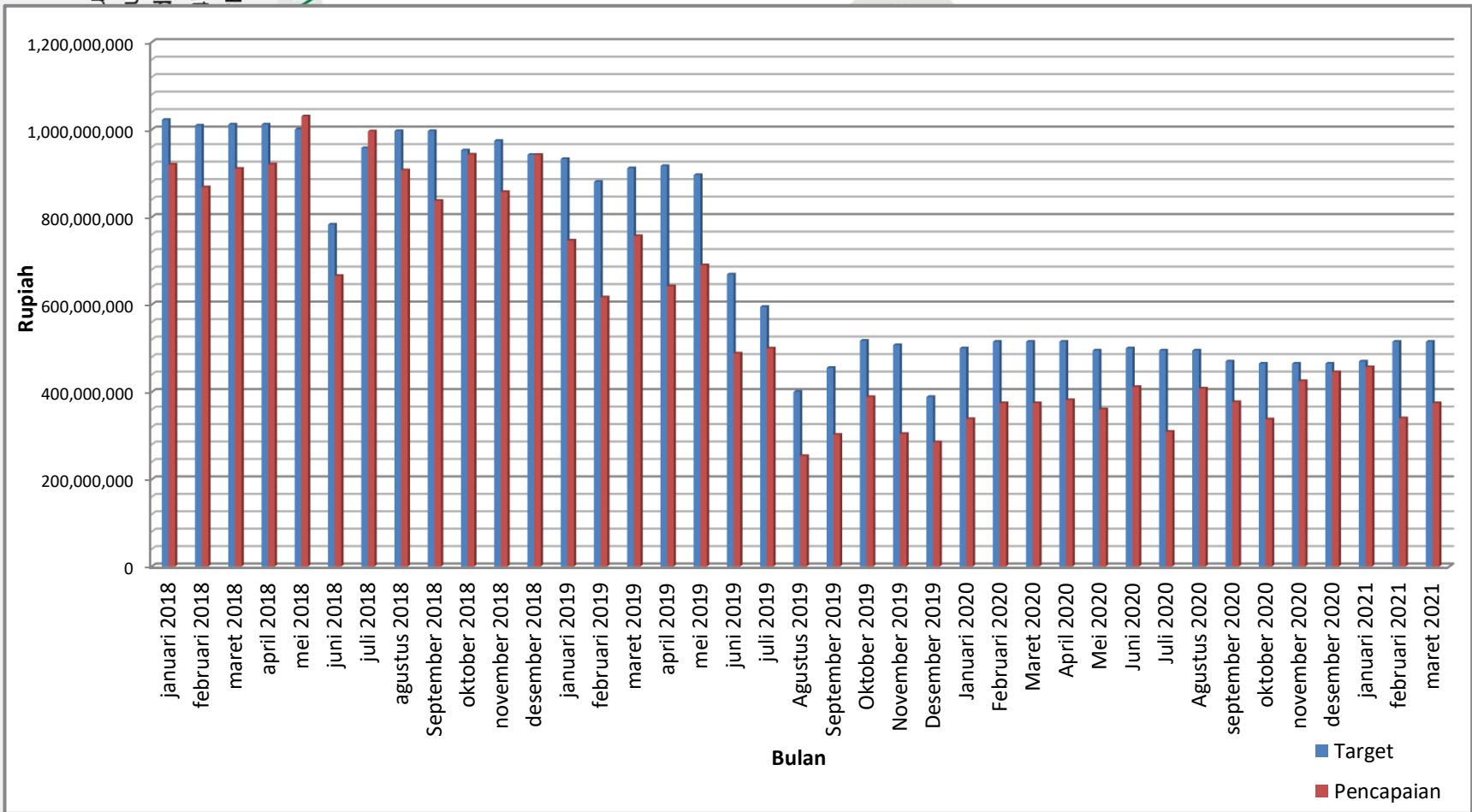


#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

alat kesehatan, produk kosmetik, dan *consumer goods*. Produk yang didistribusikan tersebut menggunakan sistem *dropping* dari pusat ke cabang. PT. Panay Farmalab cabang Agam memiliki 5 orang *salesmam*, dimana *salesman* tersebut memiliki peran dalam melakukan penjualan, dan dibidang promosi bidang promosi PT. Panay Farmalab cabang Agam dibantu oleh 2 orang SPG (*Sales Product Girl*). Pendistribusian produk yang dilakukan oleh *salesman* menggunakan sistem PFGS (*Panay Farmalab Global System*). permintaan konsumen akan diinput ke sistem PFGS kemudian akan dilakukan pengecekan kualitas dan stok barang yang ada di bagian pergudangan sebelum produk dikirim sesuai permintaan pelanggan.

Permasalahan yang terjadi pada PT. Panay Farmalab cabang Agam adalah tidak terpenuhinya target penjualan beberapa tahun terakhir, dimana pencapaian penjualan dapat dilihat pada Gambar 1.1. Dapat dilihat bahwasanya secara umum tidak tercapainya target penjualan yang ditetapkan oleh PT. Panay Farmalab, serta terjadi penurunan omset yang dimulai pada bulan Juni 2019 sebesar 54% dibandingkan dengan omset pada bulan Januari 2018. Pencapaian penjualan yang diperoleh dari bulan Januari 2018 - Mei 2018 berkisar antara 70 % hingga 104 %, sedangkan pencapaian yang diperoleh pada bulan Juni 2019 berkisar 63% hingga 97% dari target omset bulanan yang ditetapkan oleh PT. Panay Farmalab. Jika hal ini berlanjut tentu dapat mengganggu sistem manajemen dari perusahaan dan akan menimbulkan dampak negatif lainnya bagi perusahaan.



Gambar 1.1 Diagram Perbandingan Target dengan Pencapaian Penjualan  
(Sumber : PT. Panay Farmalab, 2020)

UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak tercapainya target penjualan ini dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti persaingan bisnis yang semakin kuat antar distributor obat yang memasok apotek, rumah sakit, dan puskesmas yang berada sekitar PT. Panay farmalab cabang Agam, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan persaingan ini semakin meningkat seiring dengan berkembangnya perusahaan farmasi yang merupakan bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan masuknya beberapa distributor sejenis yang berasal dari daerah pasaman dan jawa. Permasalahan lain diantaranya yaitu lokasi PT. Panay Farmalab cabang Agam yang berada pada daerah pegunungan yang membuat PT. Panay Farmalab kurang dikenal bagi masyarakat dari daerah yang menjadi target *marketing*, produk yang tersedia kurang beragam serta beberapa produk belum familiar oleh masyarakat, promosi yang dilakukan PT. Panay Farmalab kurang menarik perhatian konsumen, dimana promosi ini hanya dilakukan dengan pembagian brosur oleh SPG (*Sales Product Girl*).

Berdasarkan permasalahan yang ada di PT. Panay Farmalab dibutuhkan evaluasi proses *marketing* agar dapat meningkatkan omset yang diperoleh dalam rangka pemenuhan target penjualan di PT. Panay Farmalab cabang Agam. Setiap proses yang dilakukan dalam suatu perusahaan memiliki risiko tertentu, termasuk proses *marketing*, dalam melakukan evaluasi proses *marketing* ini perlu dilakukan analisa terhadap proses *marketing* yang sedang diterapkan menggunakan manajemen risiko. Manajemen risiko ini berperan penting untuk membantu perusahaan dalam mengambil keputusan tentang proses *marketing* yang efektif diterapkan. Manajemen risiko juga dapat memberikan gambaran akan risiko yang ditanggung perusaan sehingga perusahaan dapat mengambil langkah awal yang dapat memeperkecil terjadinya ketidakpastian yang bersifat ancaman bagi perusahaan. Melakukan manajemen risiko juga mampu melindungi perusahaan dari risiko ekonomi yang merugikan sehingga rencana keuangan perusahaan tetap terjaga dalam memenuhi kebutuhan perusahaan.

Penelitian ini berfokus untuk memitigasi risiko-risiko yang akan terjadi dalam proses *marketing* di PT. Panay Farmalab cabang Agam, dengan melakukan identifikasi risiko yang berhubungan dengan pendistribusian produk, kepuasan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta minat pembelian ulang konsumen, sehingga dapat meningkatkan omset pada PT. Panay Farmalab cabang Agam. Risiko yang mungkin terjadi pada proses *marketing* di PT. Panay Farmalab cabang Agam diantaranya yaitu gangguan pada sistem PFGS (*Panay Farmalab Global System*) yang sangat mempengaruhi proses *marketing*. Risiko kurangnya kepuasan konsumen juga dapat terjadi karena terjadinya ketidaksesuaian antara permintaan dengan pengiriman barang kepada konsumen, kesalahan informasi yang diinput oleh *salesman* bagian admin, kerusakan produk, serta terjadinya keterlambatan pengiriman barang. Kendala lainnya dalam proses *marketing* pada PT. Panay Farmalab cabang Agam yaitu risiko-risiko yang terjadi dalam proses *dropping* dari perusahaan pusat, kesalahan sistem penyimpanan produk dibagian gudang, serta pada proses pengiriman produk kepada konsumen yang sangat memberikan dampak terhadap kualitas produk yang akan di distribusikan.

Manajemen risiko yang akan dilakukan bersifat analisis kualitatif dan kuantitatif, dimana dalam identifikasi risiko yang terjadi menggunakan metode *Qualitative Risk Assessment* yang merupakan pendekatan penilaian terhadap risiko suatu sistem dengan pemberian skor kualitatif. Teknik pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan pengintegrasian Metode Manajemen Risiko dan *Soft System Methodology* dalam mengidentifikasi dan melakukan analisis terhadap permasalahan. Penilaian secara kuantitatif dengan menghitung *probability* dan *impact* dari risiko teridentifikasi dengan menggunakan *Probability and Impact Matrix*. Keluaran yang didapatkan pada *Probability and Impact Matrix* akan dikategorikan berdasarkan dampak dari risiko, sehingga dapat memberikan gambaran proses pemasaran yang dapat menimbulkan kerugian pada PT. Panay Farmalab cabang Agam.

Agar penelitian lebih terstruktur maka sebelum melakukan analisis respon terhadap risiko, dilakukan pengkajian yang lebih kompleks terhadap risiko, pengungkapan situasi permasalahan, serta pembuatan model konseptual menggunakan SSM. Model konseptual yang didapatkan akan dibandingkan dengan situasi nyata sehingga mempermudah dalam pengambilan keputusan dan analisis respon terhadap risiko yang memiliki dampak negatif terhadap

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan. Hasil analisis risiko yang dilakukan ini dapat menjadi acuan dalam melakukan evaluasi proses *marketing* di PT. Panay Farmalab cabang Agam.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah dalam penyusunan laporan tugas akhir ini yaitu “bagaimana memitigasi risiko pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan di PT. Panay Farmalab?”

## **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi risiko penyebab tidak tercapainya target penjualan perusahaan di PT. Panay Farmalab cabang Agam.
2. Menganalisis tingkat risiko pada proses *marketing*
3. Menentukan strategi dalam meminimalisasi risiko yang memiliki dampak negatif terhadap PT. Panay Farmalab cabang Agam.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diperoleh dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terutama bagi pihak manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan untuk mencapai target penjualan serta meminimalkan risiko-risiko yang terjadi pada proses pemasaran produk di PT. Panay Farmalab cabang Agam.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman tentang manajemen risiko dan proses pemasaran, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pengaplikasian teori yang telah dipelajari selama duduk dibangku perkuliahan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi pihak lain

Penelitian yang dilakukan ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam menambah pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bahan pembanding untuk penelitian sejenis, serta dapat juga digunakan sebagai bahan untuk dipertimbangkan oleh pihak lain dalam menyelesaikan masalah yang serupa.

**Batasan Masalah**

Agar lebih fokusnya suatu penelitian maka harus diberikan batasan ruang lingkup permasalahan, adapun batasan ruang lingkup permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan berdasarkan data pada bulan Januari 2018 - Maret 2021
2. Lokasi penelitian dilaksanakan pada “PT. Panay Farmalab Cabang Agam, Sumatera Barat”
3. Penelitian berfokus pada mitigasi risiko yang akan terjadi pada proses *marketing* di PT. Panay Farmalab Cabang Agam.
4. Penilaian terhadap risiko dilakukan secara *Qualitative Risk Assesment*
5. Penelitian ini ditujukan untuk memberi masukan terhadap “PT. Panay Farmalab cabang Agam” dalam melakukan evaluasi proses *marketing*, meminimalkan risiko untuk peningkatan omset penjualan

**Posisi Penelitian**

Penelitian mengenai manajemen risiko ini bukan penelitian yang pertama, akan tetapi terdapat beberapa penelitian sejenis terkait dengan penggunaan metode maupun permasalahan yang serupa dengan permasalahan yang di bahas pada laporan tugas akhir ini. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dipaparkan pada tabel 1.1. Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya akan tetapi pada penelitian ini dilakukan pengintegrasian Metode Manajemen Risiko dengan *Soft System Methodology*. Pengintegrasian kedua metode ini diharapkan dapat memudahkan peneliti dalam



mengidentifikasi risiko, serta menganalisis permasalahan. Adapun posisi penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Strategi Penanganan Risiko Operasional Pemasaran Produk Teh Celup Hijau Walini pada Industri Hilir Teh PT. Perkebunan Nusantara VIII, Bandung, Jawa Barat <b>(Nugraha, dkk., 2019)</b>	Besarnya biaya usaha yang dikeluarkan belum dapat ditutupi dari laba kotor yang dihasilkan pada tahun 2012 dan 2013 menyebabkan perusahaan mengalami kerugian.	Z-Score serta Value at Risk (VAR) Method	Risiko operasional terdapat pada sumberdaya manusia, sistem kerjasama, dan proses penjualan dampak atau kerugian terbesar dengan nilai Rp 102,615,683, sedangkan kerugian terkecil dialami oleh proses dengan nilai Rp 78,436,664.
2	Risiko Analisis of Coconut Product Marketing <b>(Fausayana, dkk., 2018)</b>	Dalam pemasaran kelapa risiko akan muncul dari harga produk pertanian yang tidak dapat diprediksi. Risiko ini harus dikendalikan karena jika tidak maka akan terjadi masalah peluang pada pasokan material yang mengakibatkan kerugian finansial bagi perusahaan	Analisis risiko dilakukan dengan mengidentifikasi dan memetakan risiko pemasaran produk kelapa secara deskriptif,	Risiko pemasaran hasil kelapa diidentifikasi dalam tiga tahap pemasaran, yaitu risiko pada tahap pembelian, penyimpanan, pengolahan, dan penjualan. Secara keseluruhan, risiko pemasaran produk kelapa dipetakan pada risiko rendah. Risiko tinggi lebih banyak terjadi pada tahap pengolahan yang disebabkan oleh risiko limbah tempurung kelapa. Sedangkan risiko sedang lebih banyak terjadi pada tahap penyimpanan.

(Sumber : Posisi Penelitian, 2021)

Tabel 1. Posisi Penelitian (Lanjutan)

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
3	Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Cuanki Bakso Asoy (Sajjad, dkk., 2020)	Adanya potensi berkembang Cuanki Bakso Asoy sehingga dibutuhkan penerapan manajemen risiko. Manajemen Risiko diterapkan agar perusahaan dapat menangani risiko dengan baik dan tepat	Risk and Control Self Assessment (RSCA). melakukan perhitungan total risiko dari 4 risiko diantaranya keuangan, operasional, pemasaran, dan produk	permasalahan besar yang terjadi pada UMKM Cuanki Bakso Asoy terletak pada risiko produk. Selain produk, risiko keuangan juga harus diwaspadai. Seperti halnya pada UMKM lainnya yang masih bermasalah dengan masalah permodalan.
4	Analisis Risiko Pembangunan Jalan Tol Tahap Konstruksi Menggunakan Metode <i>Soft System Methodology (SSM)</i> Studi Kasus : Jalan Tol Trans Sumatera Seksi 2 Sidomulyo-Kotabaru Sta. 39+400 - Sta. 40+000 (Fahar, dkk., 2017)	Dalam kegiatan konstruksi terdapat masalah yang disebabkan berbagai macam faktor yang dianggap sebagai risiko. Risikoyang terjadi sangat mempengaruhi kinerja proyek dan mengakibatkan kerugian baik dalam hal biaya, mutu, dan waktu, yang menentukan keberhasilan sebuah proyek	Uji Risiko Probabilitas, Uji Risiko Konsekuensi, dan <i>Soft System Methodology (SSM)</i>	risiko kendala pada pembebasan lahan merupakan risiko yang paling ekstrim yang menghambat kelancaran pada proyek Jalan Tol Trans Sumatera Bakauheni-Terbanggi Besar.

(Sumber : Posisi Penelitian, 2021)

Tabel 1. Posisi Penelitian (Lanjutan)

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
5	Proses Marketing pada Distributor Farmasi dengan Metode Manajemen Risiko (Studi Kasus : PT. Panay Resko) (Pratiwi, Dewi, 2020)	Terjadinya penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan yang berdampak kepada sistem manajemen	Qualitative Risk Assessment, dengan menggunakan PIM (Probability Impact Matriks), dan <i>Soft System Methodology</i>	Meminimalkan kemungkinan yang bersifat ancaman bagi perusahaan serta memberikan rekomendasi untuk perusahaan dalam meningkatkan penjualan agar terpenuhinya target penjualan.

(Sumber : Posisi Penelitian, 2021)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang dijadikan acuan dalam pembuatan laporan penelitian tugas akhir ini adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang dilakukan penelitian, rumusan dalam pemecahan masalah, tujuan serta manfaat yang didapatkan dalam penelitian, batasan masalah, posisi penelitian dan sistematika penulisan. Dalam bab ini dibahas tentang masalah yang dihadapi dan tujuan diadakannya penelitian ini.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi teori-teori yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah, mengumpulkan data dan memperoleh metode yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dibahas yaitu Metode Manajemen Risiko dan SSM dalam penentuan strategi pemasaran.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan uraian dan penjelasan tentang urutan kegiatan yang akan dilakukan dalam penelitian. Metodologi penelitian menggambarkan secara terperinci mengenai objek penelitian, metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan pengolahan data, serta metode analisis yang digunakan.

#### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan pengumpulan data yang dibutuhkan secara detail mengenai penelitian sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada studi kasus dan batasan masalah dalam penelitian. Pengolahan data dilakukan pembahasan sebagai dasar dalam menemukan solusi dari permasalahan.

#### **BAB V ANALISA**

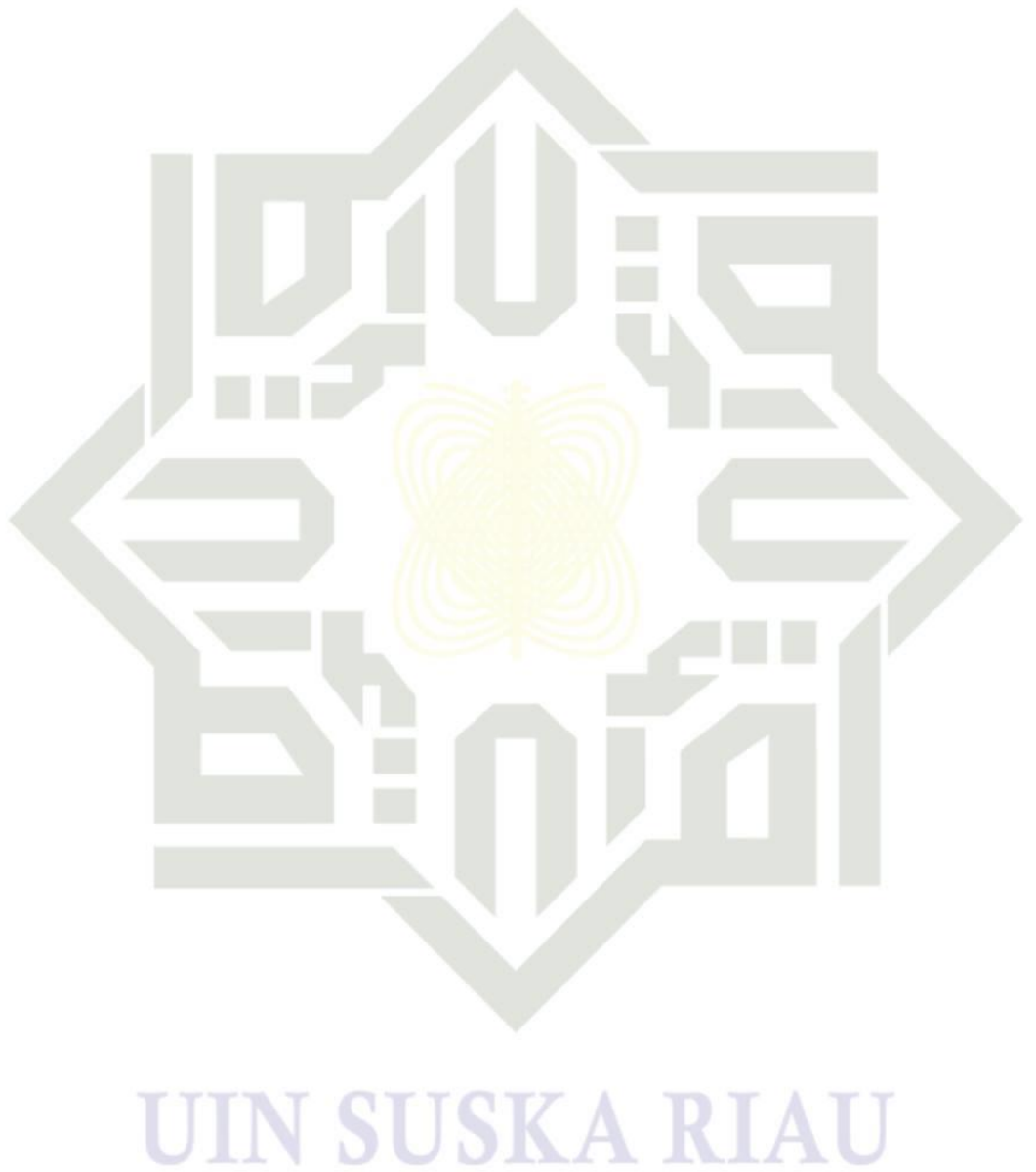
Berisikan hasil analisis perhitungan dan pengolahan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dengan tujuan menemukan cara alternatif untuk menyelesaikan masalah tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB VI PENUTUP**

Berisikan kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian dan analisis, kesimpulan tersebut dapat dijadikan sebagai rekomendasi yang bermanfaat bagi peneliti, perusahaan dan pihak lain.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II LANDASAN TEORI

### Konsep Marketing

Beberapa pengertian *marketing* menurut para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut (Widodo, 2018) :

1. John Westwood

Menurut John Westwood, konsep pemasaran atau *marketing* adalah upaya yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2. Tung Dasem Waringin

Menurut Tung Desem Waringin, konsep *marketing* adalah menyampaikan media dengan nilai tambah yang lebih tinggi.

3. Philip Kotler

Menurut Kotler, Konsep *marketing* adalah kegiatan sosial, pengaturan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang, yang tujuannya untuk mencapai tujuan dengan menghasilkan produk dan menukarnya dengan jumlah nominal tertentu kepada pihak lain.

4. Jay Abraham

Jay Abraham memahami bahwa *marketing* adalah media untuk mencapai kesuksesan dengan memberikan kualitas layanan terbaik kepada konsumen.

5. William J. Stanton

Menurut William J. Stanton, *marketing* didefinisikan sebagai sistem keseluruhan dari berbagai aktivitas komersial yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan, dan memuaskan konsumen barang atau jasa.

6. Hair dan Mc. Daniel

Menurut Hair dan Mc. Daniel, *marketing* didefinisikan sebagai proses perencanaan dan penerapan konsep, harga promosi, dan distribusi ide,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang dan jasa untuk menciptakan komunikasi yang memuaskan konsumen dan mencapai tujuan organisasi.

#### 7. Basu dan Hani

Menurut Basu dan Hani, pengertian *marketing* adalah proses perencanaan barang dagangan dan kegiatan manajemen jasa, menentukan label harga barang dagangan dan jasa ini, dan proses promosi dan distribusi. Seluruh proses pemasaran dirancang untuk memenuhi permintaan dan menghasilkan keuntungan.

#### 2.1.1 Marketing Mix

*Marketing mix* atau bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai sekumpulan variabel yang dapat dikontrol, dan organisasi dapat menggunakan variabel ini untuk mempengaruhi tanggapan pembeli terhadap produk atau layanan (Thabit & Raewf, 2018). *Marketing mix* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan strategi gabungan perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan memasarkan produk atau jasanya secara efektif kepada kelompok pelanggan sasaran tertentu. Menurut definisi sebelumnya bauran pemasaran dapat diartikan sebagai kombinasi dari berbagai variabel keputusan pemasaran, strategi dan taktik yang digunakan oleh manajer organisasi untuk memasarkan barang dan jasa.

*Marketing mix* memiliki banyak elemen, elemen ini dapat ditentukan sesuai dengan tujuan utama organisasi, elemen utama *Marketing mix* mengacu pada 4P (product, price, place or distribution, and promotion), *Marketing Mix* dapat memperkuat tingkat kepuasan pelanggan, adapun elemen dari *Marketing mix* adalah sebagai berikut (Thabit & Raewf, 2018):

##### 1. Product (Produk)

Produk mengacu pada barang dan jasa yang disajikan oleh organisasi. Jadi, dengan kata lain, produk dapat dikenal sebagai paket keunggulan yang disajikan pemasar kepada pelanggan dengan harga tertentu. Produk juga dapat berupa layanan seperti perjalanan kereta api, komunikasi, dan sebagainya. Jadi, produk adalah elemen utama dari setiap *Marketing mix*.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2. Price (Harga)**

Elemen terpenting kedua dalam *Marketing Mix* adalah harga. Ini dapat dikenal sebagai nilai yang dibebankan untuk produk atau layanan apa pun. Menetapkan harga produk adalah pekerjaan yang sulit. Para pemasar harus mengetahui bahwa saat menetapkan harga, begitu banyak faktor seperti kebutuhan suatu produk, biaya yang terlibat, kemampuan konsumen untuk membayar, batasan pemerintah, harga yang dibebankan oleh pesaing untuk produk yang sebanding. Penetapan harga adalah zona keputusan yang sangat kritis karena berdampak pada kebutuhan produk dan juga pada profitabilitas organisasi

**3. Place (Tempat)**

Barang diproduksi untuk dijual kepada pelanggan harus dipersiapkan untuk pelanggan di tempat yang sesuai di mana mereka dapat dengan mudah membuat kesepakatan. Jadi, penting agar produk tersebut siap di pasar di kota. Ini termasuk rantai orang dan organisasi seperti distributor, grosir dan pengecer yang membentuk jaringan distribusi organisasi (saluran distribusi). Organisasi harus memilih apakah akan menjual langsung kepada orang atau melalui distributor. Ia bahkan dapat merencanakan untuk menjualnya langsung ke pelanggan. Empat variabel saling berhubungan. Dengan menaikkan harga produk, permintaan produk akan menurun dan titik distribusi yang diinginkan akan lebih sedikit.

**4. Promotion (Promosi)**

Promosi adalah salah satu elemen terkuat di *Marketing mix*. Tindakan promosi penjualan adalah publisitas, hubungan masyarakat, pameran dan demonstrasi. Manajer *marketing*lah yang memutuskan tingkat biaya *marketing* untuk promosi. Tindakan promosi terutama dimaksudkan untuk melengkapi penjualan pribadi, periklanan dan publisitas. Promosi membantu pedagang dan tenaga penjualan untuk menunjukkan produk kepada pelanggan dengan cara yang efektif dan mendorong mereka untuk membeli. Promosi bergantung pada banyak campuran komponennya yang digunakan untuk mewujudkan tujuan *marketing* organisasi. Tujuan utama

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari periklanan adalah membuat dan mengembangkan citra suatu produk di zona pasar.

### 2.1.2 Proses Marketing

Proses menurut Kamus Bahasa Indonesia didefinisikan sebagai runtunan perubahan (peristiwa) dalam perkembangan sesuatu (Depdiknas, 2008). Proses dapat didefinisikan sebagai urutan pelaksanaan secara sistematis mempunyai tahapan yang jelas serta dapat dilakukan secara berulang dalam suatu kegiatan atau kejadian, setiap langkah saling berhubungan satu sama lain dalam mencapai suatu hasil atau tujuan yang diinginkan.

Merujuk pada definisi proses dan marketing dapat didefinisikan proses marketing adalah suatu urutan atau langkah yang berhubungan dengan penyaluran produk kepada konsumen, meliputi perencanaan, pengelolaan, promosi hingga pendistribusian produk dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen dan memperoleh keuntungan.

### 2.1.3 Fungsi dan Peran Marketing

Aspek utama *marketing* mencakup enam hal, anatara lain sebagai berikut (Kurniawan, 2018):

1. *Marketing* Tentang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, memahami perilaku konsumen serta kebutuhan dan keinginan mereka adalah kunci keberhasilan dalam *marketing*.
2. *Marketing* Termasuk bursa, di mana pasar dan pelanggan saling memberikan barang-barang berharga, sehingga masing-masing pihak bisa memperoleh keuntungan tertentu. *marketer* menyediakan produk atau layanan, kemudian mengkomunikasikan dan memfasilitasi pengiriman atau pengiriman kepada pelanggan. Pada saat yang sama, pelanggan melengkapi transaksi dengan membayar sejumlah pembayaran yang disepakati dan memberikan informasi berharga yang dapat digunakan untuk memfasilitasi transaksi di masa mendatang.
3. *Marketing* membutuhkan keputusan 4P (produk, harga, lokasi, harga dan promosi) dan 7P (bukti fisik produk, harga, lokasi, promosi, personel,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses dan layanan) dari produk fisik seperti obat-obatan, alat kesehatan, kosmetik, dll.), Misalnya layanan informasi obat, konsultasi obat, dll. 4P dan 7P disebut bauran pemasaran, yaitu rangkaian aktivitas terkontrol yang digunakan perusahaan untuk menjawab kebutuhan pasar sasaran..

4. *Marketing* dapat dilakukan oleh perorangan maupun berkelompok.
5. *Marketing* Terjadi dalam berbagai pengaturan atau konteks. Ini termasuk perusahaan komersial (*profit-oriented*) dan organisasi nirlaba : *offline* dan *online*: jasa, barang fisik, maupun *non traditional marketing* (*person, place, cause event, dan organization marketing*).
6. *Marketing* proses yang membantu menciptakan nilai (*value*) bagi pelanggan. Konsep nilai mengacu pada hubungan antara manfaat (*benefit*) dan biaya (*cost*), atau apa yang diperoleh seseorang dibandingkan dengan apa yang mereka bayarkan. Apabila manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka produk tersebut dianggap memberikan nilai yang positif.

#### 2.1.4 Strategi dalam Marketing

Berikut ini merupakan 4 jenis strategi dalam *marketing* produk (Widodo, 2018)

1. *Direct Selling*  
 Penjualan langsung atau *direct selling* merupakan strategi pemasaran dimana penjual menjual produknya langsung ke konsumen. Walaupun lugas, biasanya penjual tidak melakukannya di toko *retail*. Dilakukan secara *doot-to-door*, atau dapat bertemu konsumen secara langsung. Mengandalkan persuasif untuk menghasilkan barang di sini. Keunggulan dari strategi ini adalah tidak membutuhkan modal yang besar, sehingga cocok untuk perusahaan yang tidak memiliki modal yang besar. Namun, kekurangannya adalah *marketer* cepat atau lambat akan lelah karena mereka terus berjalan. Selain itu, sebagian orang atau konsumen tidak menyukai cara ini karena mengganggu dan suka dipaksa untuk membeli.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Earned Media*

Strategi *marketing* produk yang kedua adalah *earned media*. Berbeda dengan penjualan langsung, jenis strategi ini justru dilakukan secara tidak langsung. Hal utama yang harus Anda lakukan untuk menerapkan strategi ini yakni membangun hubungan dan kepercayaan dengan masyarakat. Sehingga, *marketer* perlu membangun brand dan membentuk *image* yang baik melalui media sosial.

3. *Point of Purchase* (POP)

Merupakan strategi *marketing* dengan cara menempatkan material *marketing* atau iklan di dekat produk yang sedang dipromosikan. Strategi ini sangat cocok diterapkan pada toko retail yang menjual berbagai macam produk. Menurut penelitian, sekitar 64% orang yang datang ke toko retail masih belum menentukan produk yang akan dibelinya. Kondisi tersebut dapat Anda manfaatkan dengan mengarahkan mereka untuk membeli produk Anda. kerahkan semua *product knowledge* dan kemampuan komunikasi sehingga konsumen tertarik dan susah untuk menolak. Strategi *marketing* produk *point of purchase* ini dapat dilakukan dengan cara membuat *display* dengan desain khusus yang menarik dan menempatkannya pada tempat yang strategis seperti di dekat pintu masuk dan keluar.

4. *Internet Marketing*

*Internet marketing* merupakan strategi *marketing* yang cukup dikenal dan dilakukan oleh banyak pelaku usaha pada saat ini. Caranya yang mudah dan cepat membuat strategi ini banyak dipilih. Selain itu, media sosial yang menjadi pilihan juga banyak seperti *Instagram*, *Facebook*, *website*, *email marketing* dan banyak lagi yang lain. Jenis strategi *marketing* ini akan berjalan dengan lancar jika dapat membuat konten yang menarik pembeli. Apalagi jika membuat brand tersendiri dalam media sosial, itu merupakan keuntungan yang sangat bagus.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Pedagang Besar Farmasi

Pedagang Besar farmasi (PBF) merupakan bagian integral dari proses distribusi farmasi. PBF merupakan salah satu sarana distribusi atau pendistribusian sediaan farmasi yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang dapat mendukung proses operasi pendistribusian atau pendistribusian sediaan farmasi. Segala tindakan operasional yang dilaksanakan oleh PBF untuk peredaran obat diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51/1148 / MENKES / PER / VI / 2011 tentang Tata Kerja Kefarmasian dan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Yusuf & Avanti, 2020).

Pedagang Besar Obat adalah perusahaan yang berbentuk badan hukum, menurut peraturan perundang-undangan, perusahaan tersebut mempunyai izin untuk membeli, menyimpan, dan mengedarkan obat dalam jumlah besar. PBF harus mampu menjaga kualitas rantai distribusi obat untuk menjamin keamanan obat yang diedarkan.

### 2.2.1 Cara Distribusi Obat yang Baik (CDBO) pada Pedagang Besar Farmasi

Prinsip umum metode distribusi obat yang baik berlaku untuk pengadaan, penyimpanan, dan distribusi, termasuk pengembalian obat dan komponen obat dalam rantai distribusi. Semua pihak yang terlibat dalam pendistribusian obat atau komponen obat bertanggung jawab untuk memastikan kualitas obat atau komponen obat dan menjaga keutuhan rantai distribusi selama proses distribusi. Semua pihak yang terlibat dalam proses distribusi harus mematuhi prinsip CDOB, seperti melakukan uji tuntas dalam prosedur yang terkait dengan kemampuan pelacakan dan identifikasi risiko.. Ruang lingkup CDOB terdiri dari (BPOM RI, 2015):

1. Manajemen mutu  
Organisasi distribusi bertanggung jawab atas sistem mutu, yang meliputi tanggung jawab, proses, dan langkah-langkah manajemen risiko terkait dengan aktivitas yang dilakukan. Fasilitas distribusi harus memastikan mutu obat atau bahan obat, serta integritas rantai distribusi dipertahankan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selama proses distribusi. Sistem manajemen mutu mencakup struktur organisasi, prosedur, proses dan sumber daya, serta kegiatan yang diperlukan untuk memastikan bahwa obat atau bahan obat yang didistribusikan tidak tercemar selama penyimpanan maupun dalam proses pengiriman. Totalitas dari sistem pengelolaan ini digambarkan sebagai manajemen mutu.

2. Organisasi

Manajemen dan personalia. Pelaksanaan dan pengelolaan sistem manajemen mutu yang baik serta distribusi obat atau bahan obat yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku bergantung kepada personil yang terlibat di dalamnya. Personil yang berkompeten dibutuhkan untuk melaksanakan semua tugas yang menjadi tanggung jawab fasilitas distribusi. Semua personil yang terlibat dalam kegiatan distribusi dibekali dengan pemahaman CDOB dan mendapatkan pelatihan dasar maupun pelatihan lanjutan yang sesuai dengan tanggung jawab personil. Personil yang terlibat di rantai distribusi diberi penjelasan dan pelatihan yang memadai mengenai tugas dan tanggung jawab.

3. Bangunan dan peralatan.

Fasilitas distribusi memiliki bangunan dan peralatan yang berfungsi untuk menjamin perlindungan dan distribusi obat atau bahan obat. Kriteria yang harus dimiliki oleh setiap fasilitas distribusi terdiri dari penyimpanan yang baik, mempunyai keamanan yang memadai, memiliki kapasitas yang cukup untuk memungkinkan penyimpanan dan penanganan obat yang baik, dan area penyimpanan dilengkapi dengan pencahayaan yang memadai untuk memungkinkan semua kegiatan distribusi dilaksanakan secara akurat dan aman. Hal-hal yang diperhatikan dalam ruang lingkup bangunan dan peralatan terdiri dari temperatur lingkungan, peralatan, sistem komputer, dan kualifikasi serta validasi fasilitas.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Operasional

Semua tindakan yang dilakukan oleh fasilitas distribusi diharuskan dapat memastikan bahwa identitas obat tidak hilang dan distribusi obat ditangani sesuai dengan spesifikasi yang tercantum pada kemasan. Fasilitas distribusi diharuskan menggunakan semua perangkat dan cara yang tersedia untuk memastikan bahwa sumber obat yang diterima berasal dari industri farmasi dan fasilitas distribusi lain yang mempunyai izin sesuai peraturan perundangan untuk meminimalkan risiko obat palsu memasuki distribusi resmi. Hal-hal yang dikaji didalam ruang lingkup operasional terdiri dari kualifikasi pemasok, kualifikasi pelanggan, penerimaan barang, penyimpanan, pemisahan obat, pemusnahan obat, pengambilan, pengemasan, pengiriman, serta ekspor dan impor.

5. Keluhan dan pengembalian obat

Semua keluhan dan informasi tentang obat yang berpotensi rusak harus dikumpulkan, dikaji, dan diselidiki sesuai dengan prosedur tertulis. Obat yang dijual kembali setelah dikembalikan ke distributor diharuskan melalui persetujuan dari personil yang berwenang. Jika terjadi situasi yang berada diluar jalur penjaminan obat, maka dibutuhkan suatu sistem yang komprehensif untuk menangani semua kasus, termasuk cara pengembalian obat. Hal-hal yang dikaji lebih jauh didalam ruang lingkup keluhan dan pengembalian obat terdiri dari keluhan, obat kembalian, obat diduga palsu, serta penarikan obat kembali.

6. Transportasi

Dalam pelaksanaan transportasi, metode distribusi obat yang memadai diharuskan dapat diterapkan oleh setiap pelaku distribusi. Obat dipindahkan dengan kondisi penyimpanan yang sesuai dengan informasi pada kemasan. Metode transportasi yang tepat harus digunakan mencakup transportasi darat, laut, udara, atau kombinasi dari ketiga moda tersebut. Metode transportasi yang dipilih oleh pelaku distribusi diharuskan dapat menjamin bahwa obat tidak akan mengalami perubahan kondisi selama proses transportasi obat. Poin ini membahas lebih lanjut prosedur tentang

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

transportasi dan produk dalam transit, transportasi obat dengan kebutuhan khusus, obat dalam pengiriman, *container*, *packing* dan pelabelan, kendaraan dan peralatan, serta kontrol temperatur selama transportasi.

#### 7. Dokumentasi Sistem

Manajemen mutu farmasi juga bergantung kepada sistem dokumentasi yang baik. dokumentasi yang tertulis bertujuan untuk mencegah kesalahan komunikasi verbal dan mendorong ketertelusuran, termasuk sejarah batch, instruksi dan prosedur.

### 2.3 Konsep Manajemen Risiko

Manajemen berasal dari kata “*to manage*” yang artinya mengatur (Fitria & Husaini, 2019). Penataan diselesaikan melalui suatu proses dan disusun menurut urutan fungsi manajemen, sehingga manajemen merupakan proses pencapaian tujuan yang diharapkan. Manajemen adalah penggunaan fungsi manajemen (perencanaan, organisasi, pelaksanaan, pengendalian) untuk mengelola, mengendalikan, mengkomunikasikan dan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dari semua sumber daya yang ada dalam organisasi sehingga organisasi dapat secara efektif mencapai tujuannya.

Risiko dapat didefinisikan sebagai peristiwa yang menyiratkan ketidakpastian keuntungan atau bahaya kerugian karena beberapa peristiwa tak terduga di masa depan (Darwish, 2019). Risiko juga didefinisikan sebagai ketidakpastian ekonomi dan hasil keuangan atau kinerja perusahaan. Namun, risikonya berbeda dari ketidakpastian dalam beberapa hal. Misalnya, ada risiko ketika seseorang tidak tahu pasti apa yang akan terjadi, tetapi ketidakpastian adalah ketika tidak tahu kemungkinan apa yang akan terjadi. Selain itu, risiko dapat diukur dengan mengalikan antara peluang dengan efek atau dampak, sementara ketidakpastian tidak dapat diukur. Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa risiko adalah ketidakpastian yang dapat diukur tentang masa depan dengan pemahaman tentang hasil dan konsekuensi dari kemungkinan kejadian di masa depan.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manajemen risiko dapat didefinisikan sebagai proses identifikasi, penilaian, dan penentuan prioritas dalam mengurangi, memantau dan mengendalikan kemungkinan atau dampak melalui penggunaan sumber daya yang terorganisir dan efisien untuk memantau risiko peristiwa bencana (Darwish, 2019). Manajemen risiko meliputi identifikasi risiko, penilaian, evaluasi, pengendalian, dan pemantauan.

#### 2.3.1 Jenis Risiko

Manajemen risiko bertujuan untuk melakukan pemantauan terhadap Risiko merupakan gabungan dari kemungkinan suatu kejadian dan akibat dari kejadian tersebut, namun tidak menutup kemungkinan bahwa suatu kejadian mempunyai banyak akibat, dan akibatnya bisa positif atau negatif (Fathoni, 2020).

Ada beberapa jenis-jenis risiko yaitu:

1. Risiko operasional terkait dengan sistem organisasi, teknologi, proses kerja dan sumber daya manusia.
2. Risiko keuangan terkait dengan fluktuasi mata uang dan suku bunga (termasuk risiko kredit, likuiditas dan pasar).
3. *Hazart risk* terkait dengan kecelakaan atau kerusakan akibat ulah manusia, seperti insiden atau kerusakan harta benda perusahaan dan adanya ancaman perusahaan.
4. *Strategic risk* risiko terkait dengan strategi perusahaan, politik, ekonomi, regulasi dan hukum

#### 2.3.2 Tujuan Manajemen Risiko

Tujuan dari manajemen risiko adalah untuk meminimalkan dampak buruk dari konsekuensi yang tidak diinginkan dengan menghindari risiko atau merumuskan rencana kontinjensi terkait risiko tersebut (Fathoni, 2020). Oleh karena itu, secara umum manajemen risiko dapat dikatakan sebagai proses mengidentifikasi, mengukur dan memastikan risiko serta merumuskan strategi untuk mengelola risiko tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2.3.3 Langkah Manajemen Risiko**

Langkah yang harus dilakukan dalam manajemen risiko adalah (Fathoni, 2020):

1. Perencanaan manajemen risiko

Perencanaan meliputi langkah-langkah untuk menentukan dan merencanakan kegiatan manajemen risiko. Dengan melihat ruang lingkup perusahaan, rencana pengelolaan dan faktor lingkungan. Output dari rencana manajemen risiko adalah *risk management plan* yang memuat cara menyusun dan melaksanakan identifikasi risiko, analisis kualitatif dan kuantitatif, perencanaan respon, pemantauan dan pengendalian selama siklus hidup proyek.

2. Identifikasi risiko

Kegiatan yang diperlukan untuk mengidentifikasi risiko dapat dimulai dengan mengidentifikasi jenis risiko yang mungkin dihadapi setiap pelaku usaha. Ini dapat diidentifikasi dengan melihat sumber dan masalahnya, seperti:

- a. Analisis sumber, risiko internal (di bawah kendali manajer), risiko non-teknis (personel, material, keuangan), penundaan jadwal, pembengkakan biaya, gangguan arus kas, risiko teknis, desain, konstruksi, dan operasi. Dan risiko eksternal (risiko di luar kendali pengelola), seperti perubahan regulasi dan bencana alam.
- b. Analisis risiko permasalahan terkait dengan kekhawatiran. Misalnya: khawatir kehilangan, melanggar informasi pribadi atau khawatir akan kecelakaan, korban jiwa. Adapun metode identifikasi risiko yang umum dipakai adalah:
  - a) Berdasarkan identifikasi risiko tujuan perusahaan, tim memiliki tujuan tersebut. Setiap peristiwa yang membahayakan pencapaian tujuan sebagian atau seluruhnya diidentifikasi sebagai risiko.
  - b) Identifikasi risiko berdasarkan rencana Dalam analisis rencana, berbagai rencana akan dibuat. Skenario mungkin menjadi cara alternatif untuk mencapai tujuan atau analisis hubungan kekuasaan.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Identifikasi risiko berdasarkan taksonomi Berdasarkan taksonomi dan pengetahuan praktis yang ada, maka serangkaian pertanyaan telah disusun. Jawaban atas pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa ada risiko.
- d) *Common-risk checking* Pilih dari daftar beberapa risiko umum agar sesuai dengan proyek yang Anda hadapi.

### Analisis risiko kualitatif dan kuantitatif

Analisis kualitatif didasarkan pada intuisi, analisis tingkat pengetahuan profesional untuk menilai besarnya risiko yang mungkin terjadi dan kemungkinan kerusakan. Analisis kuantitatif dilakukan melalui proses penentuan probabilitas kejadian dan dampak dari risiko yang teridentifikasi. Metode analisis risiko yang digunakan adalah *Probabilistic Impact Matrix* (PIM), yaitu analisis kualitatif dari risiko yang dapat menimbulkan risiko (Sufa'atin, 2017). Penilaian risiko didasarkan pada peluang atau probabilitas dan konsekuensi atau dampaknya. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi kemungkinan dan dampak dari setiap risiko dengan mengembangkan skala indikator. Skala indeks dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus *severity index* pada rumus 2.1 dan mengacu pada skala indeks yang ditunjukkan pada Tabel 2.1

$$SI = \frac{\sum ai.xi}{4 \sum xi} (100) \dots (2.1)$$

Dimana :

- = Konstanta penelitian
- = Frekuensi responden
- = 0,1,2,3,4...n

Tabel 2.1 Kategori Nilai *Severity Index* untuk Frekuensi (*Probability*)

No	Kategori	Nilai Presentase SI	Nilai
1	Sangat Sering (SS)	$87,5\% \leq SI \leq 100\%$	5
2	Sering (S)	$62,5\% \leq SI \leq 87,5\%$	4
3	Cukup (C)	$37,5\% \leq SI \leq 62,5\%$	3
4	Jarang (J)	$12,5\% \leq SI \leq 37,5\%$	2
5	Sangat Jarang (SJ)	$0,00\% \leq SI \leq 12,5\%$	1

Sumber : Majid & Caffer, 1997 dikutip oleh, (Syatauw, 2017)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

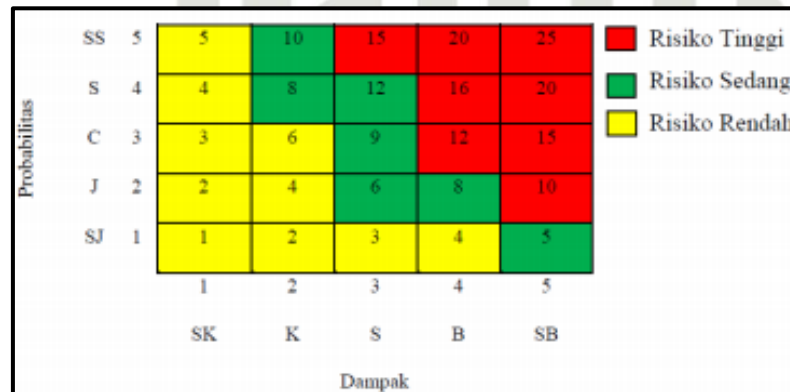
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.2 Kategori Nilai *Severity Index* untuk Dampak

No	Kategori	Nilai Presentase SI	Nilai
1	Sangat Besar (SB)	$87,5\% \leq SI \leq 100\%$	5
2	Besar (B)	$62,5\% \leq SI \leq 87,5\%$	4
3	Sedang (S)	$37,5\% \leq SI \leq 62,5\%$	3
4	Kecil (K)	$12,5\% \leq SI \leq 37,5\%$	2
5	Sangat Kecil (SK)	$0,00\% \leq SI \leq 12,5\%$	1

(Sumber : Majid & Caffer, 1997 dikutip oleh Syatauw, 2017)

Perhitungan level risiko dapat menggunakan *Probability Impact Matrix* untuk menentukan respon terhadap risiko. *Probability Impact Matrix* dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Probability Impact Matrix  
(Sumber : Williams, 1993 dikutip oleh syatauw, 2017)

### 4. Perencanaan respon risiko

*Risk response planning* merupakan proses yang dilakukan untuk meminimalkan tingkat risiko yang dihadapi sampai pada batas yang diterima. Secara kualitatif upaya untuk meminimalisasi risiko ini dilakukan dengan menerapkan langkah-langkah yang diarahkan pada angka yang diperoleh dari proses analisis risiko. Dapat dilakukan dengan cara mengembangkan opsi-opsi dan menentukan aksi untuk menambah kesempatan dan mengurangi ancaman terhadap tujuan proyek. Meliputi langkah identifikasi dan penugasan orang atau kelompok untuk bertanggungjawab terhadap penanganan risiko

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 5. Pengendalian dan monitoring risiko

Langkah ini merupakan proses pemantauan risiko yang telah diidentifikasi, memantau risiko yang tersisa dan mengidentifikasi risiko baru, memastikan penerapan rencana manajemen risiko dan mengevaluasi efektivitasnya dalam mengurangi risiko. Mengontrol risiko juga dapat melibatkan pemilihan strategi, penerapan rencana kontinjensi, pengambilan tindakan korektif, atau proses perencanaan ulang. Orang yang bertanggung jawab atas setiap risiko harus secara teratur melaporkan kepada manajer dan orang yang bertanggung jawab atas tim risiko tentang penerapan rencana manajemen risiko, dampak yang tidak terduga sebelumnya, dan beberapa tindakan korektif yang diambil untuk mengurangi risiko. Beberapa konten yang diperlukan untuk pemantauan dan pengendalian risiko meliputi rencana manajemen risiko, rencana respons risiko, instruksi lain tentang pelaksanaan dan kemajuan proyek, serta analisis dan identifikasi risiko lain yang belum dicatat sebelumnya.

#### 2.3.4 Perlakuan Terhadap Risiko

Dalam teori manajemen risiko menyebutkan bahwa perlakuan atau respon terhadap risiko dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, yaitu (Sudarmanto, 2020) :

1. Menghindari resiko yaitu dengan memutuskan untuk tidak melakukan kegiatan yang akan membawa resiko
2. Mengurangi resiko, dilakukan dengan mengurangi kemungkinan risiki dan mengurangi konsekuensi atau dampaknya
3. Transfer resiko, yaitu mengalihkan risiko kepada pihak lain untuk menanggung risiko
4. Menerima resiko, artinya tanpa melakukan tindakan lebih lanjut atas kompensasi risiko yang harus diambil
5. Mengeksploitasi risiko, yaitu mengambil pilihan lain untuk mengambil tindakan mengambil risiko. Tindakan ini adalah hasil dari pengambilan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

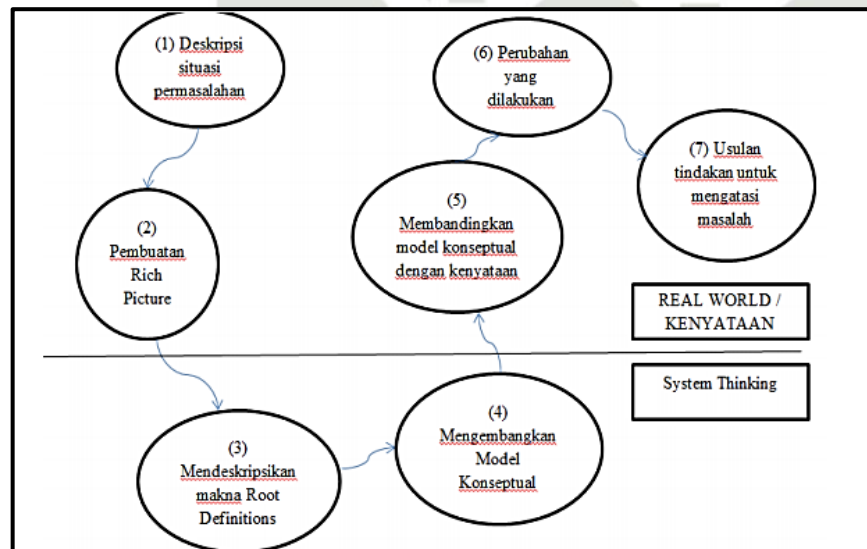
keputusan secara aktif, dan karena memiliki bidang yang lebih tinggi, mereka secara sadar mengambil risiko baru.

## 2.4 Konsep Dasar *Soft System Methodology*

Metode *Soft System Methodology* (SSM) dilakukan untuk melihat sebuah gambaran industri secara menyeluruh, sehingga dapat digunakan untuk menentukan strategi peningkatan industri tersebut (Hananto & Septiani, 2020). SSM merupakan suatu metode evaluasi yang tidak hanya membandingkan model dengan model lainnya melainkan membandingkan model konseptual dengan kenyataan. Pembandingan ini memungkinkan untuk mendapatkan kekurangan dari model konseptual dan langsung dapat melakukan tindakan perbaikan terhadap model konseptual, sehingga tidak ada perbedaan antara model konseptual dan aktivitas nyata. SSM dapat dikatakan sebagai metodologi yang tepat guna membantu menjelaskan tujuan sebuah organisasi dan selanjutnya membuat rancangan sistem aktivitas manusia guna pencapaian tujuan organisasi

### 2.4.1 Langkah *Soft System Methodology*

Penggunaan SSM ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.2 biasanya ada tujuh tahapan.



Gambar 2.2 Tahapan *Soft System Methodology*  
(Sumber : Sgourou, dkk., 2012 dikutip oleh Perdana, 2019)



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan pada Gambar 2.2 dapat dijelaskan bahwa SSM memiliki 7 tahapan yang dapat dibedakan menjadi dua proses yaitu, *reality* dan *system thinking*. 7 tahapan dalam SSM yaitu dijelaskan sebagai berikut (Perdana, dkk., 2019):

1. Mengkaji masalah yang tidak terstruktur dalam proses yang sebenarnya. Tahap pertama dimulai dengan penelitian identifikasi masalah, yaitu tahap mengidentifikasi dan mendeskripsikan secara singkat situasi yang ada dalam organisasi. Ekspresi pertanyaan menunjukkan situasi dalam organisasi. Manifestasi dari masalah tersebut meliputi pengumpulan data dan informasi, yang selanjutnya akan disajikan dalam bentuk *rich-picture*.
2. Mengekspresikan situasi masalah *Rich-picture* yang telah terbentuk, kemudian masuk ke tahap berfikir sistem untuk mengimplementasikan makna dari nilai *rich picture* tersebut. Makna nilai adalah proses merumuskan *root definitions* (RD) yang menggambarkan proses transformasi untuk mencapai tujuan.
3. Membangun definisi yang berkaitan dengan situasi permasalahan Analisis terhadap RD dilakukan dengan menggunakan identifikasi CATWOE yang dijelaskan pada tabel 2.3 RD yang dibuat dengan CATWOE kemudian dikembangkan menjadi model konseptual.

Tabel 2.3 Identifikasi CATWOE

CATWOE	Definisi
<i>Customer</i>	Pihak-pihak yang mendapatkan manfaat atau keuntungan dari transformasi ini.
<i>Actors</i>	Semua pihak yang mempromosikan transformasi pelanggan
<i>Transformation</i>	Perubahan yang akan dicapai, biasanya mendefinisikan kondisi awal dan kondisi akhir yang akan dicapai.
<i>World-view</i>	Pandangan umum yang memberikan statement mengapa transformasi tersebut perlu dilakukan
<i>Owners</i>	Pihak yang dapat menghentikan transformasi tersebut.
<i>Environment</i>	Faktor yang mempengaruhi transformasi tetapi tidak mengendalikan sistem.

(Sumber : Perdana, dkk., 2019)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

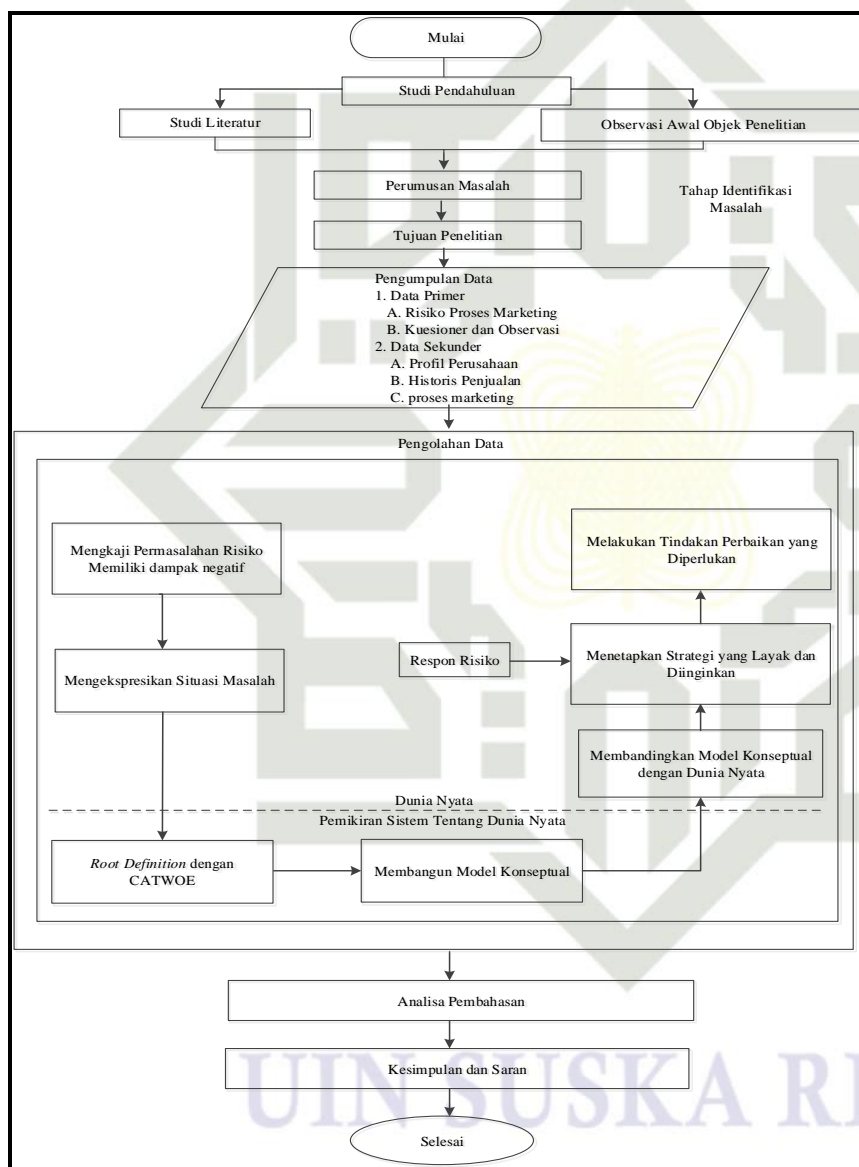
4. Mengembangkan model konseptual berarti membangun model konseptual berdasarkan tahap ketiga. Model konseptual adalah representasi grafis dari perspektif RD. Langkah pertama dalam menggambar model adalah mengidentifikasi semua kata kerja dalam RD, yang dapat merepresentasikan banyak aktivitas. Untuk setiap kata kerja, setidaknya ada satu kata benda atau kata ganti terkait (subjek atau kosakata), yang menunjukkan siapa yang terlibat dalam suatu aktivitas atau penerima aktivitas itu. Perhatian juga harus diberikan pada detail dari setiap aktivitas yang telah diidentifikasi untuk menentukan bagaimana, kapan dan aktivitas apa yang dilakukan.
5. Bandingkan model konseptual dengan situasi aktual membandingkan model konseptual dengan situasi yang dijelaskan pada tahap kedua. Apakah hasil perbandingan tersebut dapat dijadikan sebagai penghambat sesuai dengan keadaan sebenarnya. Jika kenyataan bisa tercapai, maka proses selanjutnya adalah mengembangkan intervensi dengan melakukan perubahan yang dibutuhkan.
6. Menetapkan perubahan yang sesuai dan ideal: Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan perubahan yang diperlukan secara sistematis dan masuk akal. Perubahan yang terjadi dapat berupa perubahan struktur, prosedur, atau sikap masyarakat. Model dari hasil revisi akan memberikan saran untuk model strategi intervensi untuk memperbaiki situasi.
7. Mengambil tindakan korektif terhadap masalah tersebut, dan kemudian mengimplementasikan model strategis untuk menyampaikan rekomendasi

# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan yang akan dilakukan dalam melakukan suatu penelitian. Metodologi penelitian bertujuan membuat suatu penelitian lebih terarah dan sistematis, adapun tahapan-tahapan dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

Berikut adalah penjelasan Gambar 3.1 yang berisikan tahapan-tahapan dalam penelitian tugas akhir ini:



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **Langkah-langkah Penelitian**

### **3.1.1 Studi Pendahuluan**

Melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui informasi-informasi secara detail dan jelas mengenai objek beserta data yang akan diteliti. Adapun tahapan yang dilakukan pada studi pendahuluan adalah:

#### **Observasi**

Tahapan ini dilakukan dengan cara survei dan wawancara kepada pihak PT. Panay Farmalab mengenai beberapa permasalahan yang terdapat dalam melakukan pendistribusian produk, serta melakukan analisa tentang permasalahan yang telah disampaikan oleh pihak perusahaan.

#### **Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan setelah permasalahan ditemukan, studi literatur ini bertujuan untuk menentukan tema permasalahan yang akan diteliti berdasarkan referensi dan beberapa teori pendukung dalam pelaksanaan penelitian, serta mengenai metode yang tepat dalam pemecahan masalah. Literatur yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu mengenai *Marketing*, Pedagang Besar Farmasi Manajemen Risiko dan metode SSM. Literatur penelitian ini dikutip dari buku dan jurnal penelitian terdahulu mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan tersebut.

### **3.1.2 Identifikasi Masalah**

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan pada pihak perusahaan terdapat permasalahan di bidang *Marketing* yaitu tidak terpenuhinya target penjualan beberapa tahun terakhir, dimana permasalahan ini dapat menimbulkan dampak negatif bagi sistem manajemen perusahaan. Setelah permasalahan diidentifikasi, maka tahapan yang akan dilakukan selanjutnya adalah merumuskan masalah yang akan diteliti.

### **3.1.3 Perumusan Masalah**

Ungkapan masalah merupakan uraian tentang identifikasi masalah, berupa masalah yang lengkap dan mendetail tentang ruang lingkup yang akan dipelajari. Perumusan masalah dijadikan pedoman dalam mencari solusi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemecahan masalah. Tujuan mengajukan pertanyaan adalah untuk memperjelas masalah yang akan dipelajari dan solusi yang akan dicari. Rumusan masalah berisikan pertanyaan-pertanyaan yang menjawab dari permasalahan yang ada.

### 3.1.4 Penetapan Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian perlu mengetahui tujuan yang jelas dan nyata. Penetapan tujuan penelitian memberikan suatu target yang ingin dicapai. Penetapan tujuan penelitian merupakan upaya dalam menjawab segala permasalahan yang akan diteliti. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Mengidentifikasi risiko penyebab tidak tercapainya target penjualan perusahaan di PT. Panay Farmalab cabang Agam, menganalisis tingkat risiko pada proses *marketing*, serta menentukan strategi dalam meminimalisasi risiko yang memiliki dampak negatif terhadap PT. Panay Farmalab cabang Agam.

### 3.1.5 Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner terbuka maupun tertutup, kuesioner tersebut akan diisi oleh responden (pihak perusahaan). responden yang akan diberikan kuesioner dikelompokkan menjadi 4 yaitu ; 1) Penanggung jawab perusahaan (Apoteker); 2) Bagian Administrasi; 3) Bagian pergudangan; 4) Bagian marketing. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pustaka dan dokumen yang terkait dengan objek penelitian.

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini terdapat beberapa responden yang diambil dari karyawan untuk memperoleh informasi terkait perusahaan. Penentuan sampel responden dilakukan secara *purposive sampling* dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel yang akan diambil adalah sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian, dalam pemecahan masalah penelitian. Adapun data yang menunjang penelitian ini dapat dilihat pada Tabel

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1 Pengumpulan Data dan Sumber Data

Jenis Data	Data yang dikumpulkan	Metode	Sumber Data
Data Primer	1. Data risiko dalam proses marketing 2. Kuesioner dan Observasi	<i>Purposive Sampling</i>	1. Responden
Data Sekunder	1. Profil perusahaan 2. Data historis penjualan 3. Alur proses <i>marketing</i>	Telaah dokumen	1. Perusahaan

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

### 3.1.6 Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan kegiatan yang dilakukan dalam memproses data yang telah di dapatkan pada pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapatkan hasil rujukan yang digunakan dalam melakukan analisa sehingga dapat memberikan alternatif solusi dari permasalahan. Ada pun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Pengolahan Data

NO	Tujuan	Data (Variabel)	Metode	Output
1.	Mengkaji situasi permasalahan risiko penyebab tidak tercapainya target penjualan perusahaan	Risiko disetiap proses marketing	Wawancara dan <i>probability impact matrix</i>	Daftar risiko setiap proses <i>marketing</i> dan tingkat level risiko
	Memberikan gambaran dan definisi permasalahan pada <i>stakeholder</i> dalam proses pemasaran	Daftar risiko dari setiap pelaku atau aktor yang terlibat	<i>Soft System Methodology</i>	<i>Rich picture</i> dan diagram CATWOE, Model konseptual
	Menentukan strategi dalam meminimalisasi risiko yang memiliki dampak negative	Respon terhadap risiko	Manajemen risiko	Strategi <i>marketing</i> yang terbaik

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

### 3.1.7 Teknik Pengolahan Data

#### 3.1.7.1 Manajemen Risiko

Manajemen risiko pada penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi risiko, menentukan level risiko, serta memberikan respon terhadap risiko yang terdapat pada proses pemasaran di PT. Panay Farmalab, tahapan yang akan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan merujuk pada (Fathoni, 2020) dalam manajemen risiko adalah sebagai berikut :

Merencanakan manajemen risiko, menentukan dan merencanakan langkah-langkah kegiatan manajemen risiko, melihat ruang lingkup perusahaan, rencana manajemen dan faktor lingkungan.

Identifikasi risiko, kegiatan yang perlu dilakukan untuk mengidentifikasi risiko, mengenali jenis-jenis risiko yang mungkin dihadapi dalam setiap proses marketing di PT. Panay Farmalab.

Analisis kualitatif dan kuantitatif, analisis kualitatif dilakukan berdasarkan intuisi dalam menilai jumlah risiko yang mungkin terjadi dan potensi kerusakannya. Analisis kuantitatif dilakukan dengan proses menentukan kemungkinan terjadi serta dampak dari dari risiko yang sudah diidentifikasi menggunakan *Probability Impact Matrix*.

4. Respon terhadap risiko, respon terhadap risiko yang memiliki dampak negatif terhadap perusahaan dari hasil analisis menggunakan *Probability Impact Matrix* dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yaitu menghindari risiko, mengurangi risiko, mentransfer risiko, menerima risiko, mengeksploitasi risiko

Pengendalian dan pemantauan risiko adalah proses pemantauan risiko yang teridentifikasi, pemantauan risiko yang tersisa dan identifikasi risiko baru, memastikan penerapan rencana manajemen risiko dan mengevaluasi efektivitasnya dalam mengurangi risiko.

#### 3.1.7.2 *Probability Impact Matrix*

*Probability Impact Matrix* pada penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat risiko berdasarkan dampak dan probabilitas yang dihasilkan risiko yang terjadi pada setiap proses marketing di PT. Panai Farmalab, adapun tahapan yang dilakukan merujuk pada (Situmorang, dkk., 2018) dalam penilaian risiko adalah sebagai berikut:

1. Melakukan verifikasi variabel risiko yang telah teridentifikasi dengan membagikan kuesioner dengan 2 pilihan yaitu kemungkinan terjadi atau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak memiliki kemungkinan akan terjadi. Untuk jawaban setuju di beri skor 1 dan untuk jawaban tidak setuju dibagi skor 0 jika total jawaban besar dari setengah responden maka pernyataan dinyatakan memiliki kemungkinan terjadinya risiko.

2. Melakukan analisis risiko yang relevan dengan pembagian kuesioner probabilitas dan dampak.
3. Melakukan perhitungan *severity index* dengan rumus 2.1
4. Memetakan hasil perhitungan *severity index* kedalam matrix.
5. Menentukan tingkat risiko berdasarkan kategori probabilitas dan dampak.

#### 3.1.7.3 Soft System Methodology

Analisa dan pembahasan dilakukan untuk melihat sebuah gambaran permasalahan terhadap risiko marketing yang ada di PT. Panay Farmalab secara menyeluruh, sehingga dapat digunakan untuk menentukan strategi minimalisasi risiko tersebut. Dengan menggunakan metode *Soft Systems Methodology* (SSM) hasil penelitian ini lebih jelas dan terarah. Adapun tahapan yang akan dilakukan merujuk pada (Perdana, dkk., 2019) dalam penggunaan metode SSM adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji masalah yang tidak terstruktur pada proses realitas tahapan identifikasi dan analisis permasalahan pada manajemen risiko, tahapan ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan mendeskripsikan secara singkat situasi yang ada.

Mengekspresikan situasi masalah risiko menggunakan *Rich-picture* untuk mengetahui keterkaitan permasalahan dengan pihak lain.

Membangun definisi yang berkaitan dengan situasi permasalahan Analisis terhadap *Root Defenition* (RD) dilakukan dengan menggunakan identifikasi *customer, actors, transformation, world-view, owners, environment* (CATWOE)

Membangun model konseptual berdasarkan *root definition* untuk mencapai tujuan yang ideal. Model konseptual menggambarkan hubungan setiap aktivitas marketing serta elemen CATWOE

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membandingkan model konseptual dengan keadaan sebenarnya, dengan tujuan untuk mengetahui apakah hasil perbandingan tersebut sesuai dengan kenyataan atau dapat menghambat proses bisnis lain. Jika kenyataan bisa tercapai, langkah berikutnya perancangan strategi yang tepat dalam proses pemasaran.

Menetapkan strategi yang layak dan ideal Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan perubahan apa saja yang perlu dilakukan secara sistematis dan wajar, dalam penetapan strategi dilakukan analisa berdasarkan perlakuan atau respon terhadap risiko pada manajemen risiko.

Mengambil tindakan korektif terhadap masalah tersebut, dan kemudian mengimplementasikan model strategis untuk menyampaikan rekomendasi.

#### 3.1.7.4 Integrasi Manajemen Risiko dan *Soft System Methodology*

Agar penelitian ini lebih terarah dan sistematis maka dilakukan pengintegrasian Metode Manajemen Risiko dan *Soft System Methodology* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengkaji situasi permasalahan yang tidak terstruktur, dimana pada penelitian ini masalah yang akan di kaji yaitu tentang risiko yang terjadi pada proses *marketing* di PT. Panay Farmalab cabang Agam. Pengkajian permasalahan dilakukan dengan melakukan wawancara, identifikasi risiko yang terjadi pada setiap tahapan proses *marketing* serta melakukan penilaian tingkat risiko menggunakan *probability impact matrix*.

Mengekspresikan situasi permasalahan untuk mengetahui keterkaitan permasalahan setiap stake holder pada proses pemasaran dan risiko yang akan terjadi menggunakan *rich-picture*.

Mendefinisikan masing-masing pihak ke CATWOE.

Membangun model konseptual sesuai dengan akar permasalahan sebagai acuan dalam melakukan tindakan berikutnya.

Menyiapkan agenda yang akan dilakukan dengan membandingkan atara model konseptual dengan situasi dunia nyata untuk mencapai tujuan yang ideal.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menetapkan strategi *marketing* yang dapat diterapkan pada PT. Panay Farmalab cabang Agam. Penetapan strategi ini mengacu kepada analisa perlakuan atau respon terhadap risiko menggunakan manajemen risiko. Analisa tersebut dilakukan berdasarkan 5 respon terhadap risiko yaitu menghindari, mengurangi, mentransfer, menerima, dan mengeksploitasi risiko yang berdampak negatif pada perusahaan.

Melakukan tindakan perbaikan mengenai model strategi pemasaran yang akan diimplementasikan.

### 3.1.8 Analisa

Hasil pengolahan data akan di analisa, analisa merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda dari setiap komponen, hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang terpadu.

### 3.1.9 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang dicapai pada akhir penelitian, diambil dari informasi penting yang terdapat pada pengolahan data dan analisa yang sesuai dengan tujuan penelitian. Saran merupakan solusi yang ditujukan untuk perbaikan permasalahan yang terdapat pada perusahaan serta saran perbaikan pada penelitian selanjutnya.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur*. 38, 1–12.
- Basuki, K. (2019). Diferensiasi Layanan Sebagai Basis Implementasi Strategi Bisnis (Studi Kasus pada PT. XYZ). *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- BPOM RI. (2015). Petunjuk Pelaksanaan Cara Distribusi Obat yang Baik. In *Badan Pengawas Obat dan Makanan*. [https://www.pom.go.id/new/admin/dat/20171218/Juklak\\_CDOB\\_2015.pdf](https://www.pom.go.id/new/admin/dat/20171218/Juklak_CDOB_2015.pdf)
- Darwish, P. S. (2019). *Risk Management and Business Ethics : Relations and Impacts in the Gcc*. 10(10), 489–504.
- Depdiknas. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Fanhar, M. N. A., Ika, K., & Siregar, A. M. (2017). Analisis Risiko Pembangunan Konstruksi Jalan Tol Tahap Konstruksi Menggunakan Metode Soft System Methodology (Ssm) Studi Kasus : Jalan Tol Trans Sumatera Seksi 2 Sidomulyo-Kotabaru (Sta. 39+400 - Sta. 80+000). *Jurnal Rekayasa Sipil Dan Desain*, 1(1), 1–10.
- Fathoni, M. Z. (2020). Analisis Risiko Pada Proyek Pembuatan Lintel Set Point Dengan Metode Kualitatif (Studi Kasus : PT. XYZ). *Jurnal PASTI*, 14(2), 113. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i2.002>
- Fausayana, I., Abdullah, W. G., & Dawid, L. O. (2018). Risk Analysis of Coconut Product Marketing. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 6(5), 138–148. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v6.i5.2018.1435>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fitria, H., & Husaini. (2019). Manajemen Kepemimpinan pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43–54.

Hananto, A., & Septiani, W. (2020). *Pendekatan Soft System Methodology Untuk Perancangan Model Pembelajaran Praktik Berbasis Produksi*. 10(1), 53–65.

Heiman, A., & Hildebrandt, L. (2018). Marketing as a Risk Management Mechanism with Applications in Agriculture, Resources, and Food Management. *Annual Review of Resource Economics*, 10(May), 253–277. <https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100517-023047>

Herdady, M. R., & Muchtaridi, M. (2020). COVID-19: Alarm Bagi Sistem Rantai Pasok Industri Farmasi. *Majalah Farmasetika*, 5(4), 146–155. <https://doi.org/10.24198/mfarmasetika.v5i4.27076>

Janizar, S., & Anisarida, A. A. (2020). Pendekatan Soft System Methodology Untuk Penerapan Proses Sertifikat Layak Fungsi (SLF) Suatu Bangunan Gedung. *Geoplanart*, 2(2), 89–99. <http://journal.unwim.ac.id/index.php/geoplanart/article/view/187>

Kalsum, U. (2019). Implementasi Pengadaan Obat Berdasarkan Permenkes RI Nomor 63 Tahun 2014 di Dinas Kesehatan Kabupaten Pelalawan Tahun 2018. *Photon: Jurnal Sain Dan Kesehatan*, 10(1), 31–41. <https://doi.org/10.37859/jp.v10i1.1447>

Kemenkes. (2011). Pedoman Pelayanan Perizinan Industri Farmasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Kemenprin. (2020). *Analisis Perkembangan Industri Indonesia Edisi I-2020*. pusdatin kemenperin.

Kurniawan. (2018). *Pemasaran Farmasi*. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.

Zahirun. (2020). Edukasi Manajemen Risiko Sebagai Pengembangan Koperasi di



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kabupaten Batang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Nugraha, I. J., Wastra, A. R., & Ichdayati, L. I. (2019). Strategi Penanganan Risiko Operasional Pemasaran Produk Teh Celup Hijau Walini Pada Industri Hilir Teh Pt Perkebunan Nusantara Viii, Bandung, Jawa Barat. *Agribusiness Journal*, 12(1), 11–26. <https://doi.org/10.15408/aj.v12i1.11847>

Perdana, E. M., Manongga, D., & Iriani, A. (2019). Model Konseptual bagi Pengembangan Knowledge Management di SMA Menggunakan Soft System Methodology. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(2), 169. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201962932>

Sajjad, M. B. A., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). ANALISIS MANAJEMEN RISIKO BISNIS (Studi pada Cuanki Asoy Jember). *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51–61. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAUJ/article/download/18123/8446/>

Sari, N. M. D. A., Satriawan, I. K., & Sadyasmara, C. A. B. (2020). Analisis dan Strategi Mitigasi Risiko Produksi Teh Botol Sosro di PT. Sinar Sosro Pabrik Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 8(2), 257. <https://doi.org/10.24843/jrma.2020.v08.i02.p10>

Sumorang, B. E., Arsjad, T. T., Tjakra, J., Sipil, T., Sam, U., Manado, R., Manado, J. K. B., & Ratulangi, S. (2018). Analisis Risiko Pelaksanaan Pembangunan Proyek Konstruksi Bangunan Gedung. *Tekno*, 16(69), 31–36.

Sudarmanto, E. (2020). Manajemen Risiko: Deteksi Dini Upaya Pencegahan Fraud. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 107. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i2.2506>

Sufa'atin, S. (2017). Implementasi Probability Impact Matriks (PIM) Untuk Mengidentifikasi Kemungkinan dan Dampak Risiko Proyek. *Jurnal ULTIMA InfoSys*, 8(1), 43–47. <https://doi.org/10.31937/si.v8i1.555>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syatau. (2017). Analisis Pengelolaan Risiko Kualitas Pada Tahap Pelaksanaan Konstruksi Gedung Tinggi (Studi Kasus : Apartemen Di Jakarta Dan Depok). *Jurnal Ilmiah Desain Dan Konstruksi*, 16(1), 10–20.

Habit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4), 100–109. <https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk ( Product Life Cycle ). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

Yusuf, B., & Avanti, C. (2020). Cara Distribusi Obat yang Baik (CDOB) dan Implementasinya oleh Pedagang Besar Farmasi (PBF) di Kota Banjarmasin-Banjarbaru Tahun 2019. *Jurnal Pharmascience*, 7(2), 58. <https://doi.org/10.20527/jps.v7i2.8992>



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK

## RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : *AMEGA CHARESTI, S. Farm. Apl*  
 JABATAN : *Pertanggung Jawab Farmasi Farmet*

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak					
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
1.	Purchase Order												
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit	✓	✓						✓			
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail	✓					✓					
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓					✓				
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia	✓	✓									✓
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim	✓					✓					
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman			✓							✓	
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan		✓						✓			
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan	✓							✓			
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan	✓					✓					
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk		✓				✓					

Keterangan :

Keterangan :

Probabilitas		Dampak	
0 = Sangat Jarang	4 = Sering	0 = Sangat Kecil	4 = Besar
1 = Jarang	3 = Cukup	1 = Kecil	5 = Sangat Besar
2 = Cukup		2 = Sedang	

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang di luar range		✓						✓		
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit				✓			✓			
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan			✓				✓			
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing					✓		✓			
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data			✓			✓	✓			
		b. Sistem error			✓				✓			
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur			✓					✓		
		b. Faktur tidak tercetak		✓					✓	✓		
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis				✓			✓	✓		
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk			✓					✓		
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak			✓				✓			
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB		✓					✓			
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim				✓		✓				
		b. Keterlambatan dalam pengiriman		✓					✓			
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet	✓						✓			
		d. Kesalahan alamat penerima		✓						✓		
2.8	Pengiriman ke outlet										✓	

Keterangan :

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang 1 = Jarang 2 = Cukup	0 = Sangat Kecil 1 = Kecil 2 = Sedang 3 = Besar 4 = Sangat Besar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : **ELFINA SURYANI, S.farm, Apt.**  
JABATAN : **Penanggung jawab Farmasi Cabang (Admin I)**

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit	✓	✗						✓		
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail	✓						✓			
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓						✓		
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia	✓						✓			
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim		✓						✓		
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman		✓						✓		
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan		✓						✓		
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan			✓					✓		
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan		✓						✓		
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk		✓				✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Sering	
4 = Sangat Sering	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang di luar range			✓						✓	
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit			✓			✓				
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				✓					✓	
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing				✓						✓
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data		✓				✓		✓		
		b. Sistem error		✓					✓			
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur			✓					✓		
		b. Faktur tidak tercetak			✓						✓	
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis				✓					✓	
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk	✓					✓				
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak			✓			✓				
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB		✓						✓		
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim			✓			✓				
		b. Keterlambatan dalam pengiriman				✓				✓		
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet	✓							✓		
2.8	Pengiriman ke outlet	d. Kesalahan alamat penerima	✓					✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Sering	
4 = Sangat Sering	
5 = Sangat Sering	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : Annisa , Amd farm  
JABATAN : Penanggung Jawab Akas (Admin IT )

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak					
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
1.	Purchase Order												
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit			✓					✓			
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail		✓					✓				
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO			✓					✓			
		a. Produk yang di pesan tidak tersedia			✓					✓			
1.3	Cek bagian pergudangan HO	b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim	✓						✓				
		a. Keterlambatan pengiriman				✓					✓		
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	b. Kerusakan produk dalam perjalanan	✓						✓				
		a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan	✓						✓				
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	b. Produk yang diterima mengalami kerusakan	✓						✓				
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk		✓					✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Kecil	
4 = Sangat Kecil	
5 = Sangat Sering	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range				✓				✓		
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit									✓	
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				✓						
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing					✓					
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data				✓				✓		
		b. Sistem error				✓					✓	
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur				✓					✓	
		b. Faktur tidak tercetak				✓						✓
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis					✓					✓
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk					✓					
		a. Produk tidak layak										✓
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB					✓					
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim				✓					✓	
2.8	Pengiriman ke outlet	b. Keterlambatan dalam pengiriman					✓					
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet				✓					✓	
		d. Kesalahan alamat penerima				✓						

Keterangan :

Probabilitas		Dampak	
0 = Sangat Jarang	4 = Sering	0 = Sangat Kecil	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Sering	1 = Kecil	5 = Sangat Besar

1. Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Hak cipta dilindungi undang-undang

3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : IRHAM YAPUFA, S.H  
JABATAN : KEPALA GUDANG

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a.	Pemesanan produk yang telah mencapai limit		✓					✓		
		b.	Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail		✓				✓			
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a.	Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓				✓			
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a.	Produk yang di pesan tidak tersedia			✓				✓		
		b.	Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim		✓					✓		
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a.	Keterlambatan pengiriman		✓					✓		
		b.	Kerusakan produk dalam perjalanan		✓					✓		
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a.	Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan		✓					✓		
		b.	Produk yang diterima mengalami kerusakan			✓				✓		
		c.	Kesalahan dalam penyimpanan produk	✓						✓		

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range			✓						✓	
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit			✓					✓		
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				✓					✓	
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing			✓						✓	
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data	✓							✓		
		b. Sistem error	✓			✓				✓		
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur								✓		
		b. Faktur tidak tercetak			✓						✓	
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis			✓					✓		
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk	✓									
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak	✓								✓	
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB			✓					✓		
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim			✓					✓		
		b. Keterlambatan dalam pengiriman				✓					✓	
2.8	Pengiriman ke outlet	c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet	✓		✓							✓
		d. Kesalahan alamat penerima				✓				✓		

Keterangan :

© Hak cipta milik UIN Suska Riau Dampak  
 0 = Sangat Jarang 4 = Sering  
 1 = Sangat Kecil 4 = Besar  
 5 = Sangat Besar

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang 1 = Kecil  
 2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : Yuli Hendri  
JABATAN : SALESMAN

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit	✓					✓				
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail	✓					✓				
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO	✓					✓				
		a. Produk yang di pesan tidak tersedia	✓					✓				
1.3	Cek bagian pergudangan HO	b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim	✓					✓				
		a. Keterlambatan pengiriman	✓					✓				
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	b. Kerusakan produk dalam perjalanan	✓					✓				
		a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan	✓					✓				
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	b. Produk yang diterima mengalami kerusakan	✓					✓				
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk	✓					✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Cukup	
4 = Banyak	
5 = Sangat Banyak	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang di luar range		✓							✓	
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit			✓						✓	
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan			✓						✓	
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing			✓						✓	
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data		✓						✓		
2.3	Faktura Print	b. Sistem error		✓						✓		
		a. Penumpukan faktur			✓						✓	
2.4	Cek persediaan	b. Faktur tidak tercetak		✓						✓		
		a. Stok produk habis				✓					✓	
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk			✓					✓		
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak			✓					✓		
2.7	Packing	a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB		✓						✓		
		a. Penumpukan produk yang akan dikirim		✓							✓	
2.8	Pengiriman ke outlet	b. Keterlambatan dalam pengiriman			✓					✓		
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet		✓							✓	
		d. Kesalahan alamat penerima		✓							✓	
											✓	

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Kecil	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Cukup	
4 = Banyak	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : Al-mal Khairi  
JABATAN : Salesman

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak					
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
1.	Purchase Order												
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit		✓				✓					
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail		✓				✓					
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓				✓					
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia				✓						✓	
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim	✓					✓					
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman				✓		✓					
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan		✓							✓		
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan		✓								✓	
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan		✓						✓			
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk	✓									✓	

Keterangan :

0 = Sangat Jarang	1 = Jarang	2 = Cukup Jarang	3 = Cukup Sering	4 = Sering	5 = Sangat Sering
0 = Sangat Kecil	1 = Kecil	2 = Cukup Kecil	3 = Cukup Besar	4 = Besar	5 = Sangat Besar

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
Dampak  
0 = Sangat Kecil 1 = Kecil 2 = Cukup Kecil 3 = Cukup Besar 4 = Besar 5 = Sangat Besar

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perubahan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range			✓					✓		
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit		✓					✓			
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				✓						✓
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing		✓							✓	
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data	✓						✓			
		b. Sistem error		✓				✓				
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur			✓				✓		✓	
		b. Faktur tidak tercetak			✓				✓			
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis					✓			✓		
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk	✓						✓			
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak	✓								✓	
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB		✓				✓				
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim			✓				✓			
		b. Keterlambatan dalam pengiriman			✓				✓			
2.8	Pengiriman ke outlet	c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet		✓					✓			
		d. Kesalahan alamat penerima	✓					✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
5 = Sangat Sering	
1 = Kecil	
2 = Sedang	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : Hoviandra  
JABATAN : Driver

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit		✓					✓			
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail	✓					✓				
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓				✓				
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia			✓				✓			
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim		✓				✓				
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman				✓			✓			
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan		✓				✓				
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan		✓				✓				
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan		✓					✓			
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk	✓					✓				

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range				✓					✓	
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit		✓						✓		
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan			✓	✓				✓		
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing				✓				✓		
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data			✓					✓		
		b. Sistem error			✓					✓		✓
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur				✓				✓		
		b. Faktur tidak tercetak				✓				✓		✓
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis					✓			✓		
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk				✓					✓	
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak		✓								✓
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB				✓					✓	
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim				✓					✓	
		b. Keterlambatan dalam pengiriman				✓					✓	
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet				✓					✓	
2.8	Pengiriman ke outlet	d. Kesalahan alamat penerima		✓							✓	

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	0 = Sangat Kecil
1 = Jarang	1 = Kecil
2 = Cukup	2 = Sedang
3 = Sering	3 = Besar
4 = Sangat Sering	4 = Sangat Besar
5 = Sangat Sering	5 = Sangat Besar

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

## KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : TASMAN  
JABATAN : PENGURUSAN

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a.	Pemesanan produk yang telah mencapai limit			✓				✓		
		b.	Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail		✓				✓			
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a.	Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓					✓		
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a.	Produk yang di pesan tidak tersedia				✓				✓	
		b.	Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim			✓			✓			
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a.	Keterlambatan pengiriman			✓				✓		
		b.	Kerusakan produk dalam perjalanan		✓					✓		
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a.	Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan	✓					✓			
		b.	Produk yang diterima mengalami kerusakan		✓					✓		
		c.	Kesalahan dalam penyimpanan produk		✓					✓		

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
5 = Sangat Sering	
1 = Kecil	
2 = Sedang	

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang	a. Pelanggan meminta produk yang diluar <i>range</i> b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan d. <i>Outlet</i> telah diisi oleh supplier pesaing				✓				✓		
2.1	Pemesanan kepada <i>sales</i>	a. Terjadinya kesalahan dalam <i>input</i> data b. Sistem <i>error</i>	✓		✓			✓			✓	
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Penumpukan faktur b. Faktur tidak tercetak		✓	✓					✓		✓
2.3	Faktura Print	a. Stok produk habis			✓				✓			
2.4	Cek persediaan	a. Kesalahan dalam pengambilan produk	✓						✓			
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Produk tidak layak	✓								✓	
2.6	Pengecekan kelayakan	a. <i>Packing</i> tidak sesuai dengan prosedur CDOB		✓					✓			
2.7	<i>Packing</i>	a. Penumpukan produk yang akan dikirim b. Keterlambatan dalam pengiriman c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju <i>outlet</i> d. Kesalahan alamat penerima		✓				✓			✓	
2.8	Pengiriman ke outlet		✓		✓					✓		

Keterangan :

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau		Dampak	
0 = Sangat Jarang	4 = Sering	0 = Sangat Kecil	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Sering	1 = Kecil	5 = Sangat Besar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : M. IKBAL  
JABATAN : DRIVER

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
1.	Purchase Order											
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit			X				X			
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail		X					X			
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		X					X			
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia			X					X		
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim	X						X			
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman		X					X			
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan		X					X			
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan		X						X		
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan		X				X				
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk	X						X			

Keterangan :

Probabilitas	Dampak
0 = Sangat Jarang	4 = Besar
1 = Jarang	5 = Sangat Besar
2 = Sedang	
3 = Sering	
4 = Sangat Sering	
5 = Sangat Sangat Sering	

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak					
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang												
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range				X					X		
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit					X			X			
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan					X				X		
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing					X				X		
2.2	Penginputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data			X				X				
		b. Sistem error			X						X		
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur			X						X		
		b. Faktur tidak tercetak		X						X			
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis					X					X	
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk		X					X				
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak		X							X		
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur		X									
2.7	Packing	a. CDOB		X						X			
		a. Penumpukan produk yang akan dikirim		X					X				
		b. Keterlambatan dalam pengiriman					X		X				
2.8	Pengiriman ke outlet	c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet		X						X			
		d. Kesalahan alamat penerima		X						X			

Keterangan :

© Hak Cipta Ditangguhkan UIN Suska Riau Dampak

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

0 = Sangat Jarang 4 = Sering

1 = Sangat Kecil

4 = Besar

Hak Cipta Ditangguhkan UIN Suska Riau

1 = Sangat Kecil

5 = Sangat Besar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



# KUESIONER PROBABILITAS DAN DAMPAK RISIKO PROSES MARKETING PT. PANAY FARMALAB CAB. AGAM

NAMA : **Azzharil**  
JABATAN : **Kepala Cabang**

No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak					
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4	
1.	Purchase Order												
1.1	Purchase Order melalui e-mail	a. Pemesanan produk yang telah mencapai limit		✓					✓				
		b. Kesalahan jaringan internet pada saat pengiriman e-mail	✓					✓					
1.2	ACC oleh Head Office (HO)	a. Pesanan tidak di ACC oleh HO		✓					✓				
1.3	Cek bagian pergudangan HO	a. Produk yang di pesan tidak tersedia			✓						✓		
		b. Adanya kerusakan pada produk sehingga tidak layak untuk dikirim		✓							✓		
1.4	Pengiriman Produk ke Perusahaan Cabang	a. Keterlambatan pengiriman		✓							✓		
		b. Kerusakan produk dalam perjalanan										✓	
1.5	Produk sampai di Perusahaan Cabang	a. Produk yang diterima tidak sesuai dengan permintaan			✓						✓		
		b. Produk yang diterima mengalami kerusakan		✓					✓				
		c. Kesalahan dalam penyimpanan produk	✓								✓		

Keterangan :

© Hak Probabilitas milik UIN Suska Riau		Dampak	
0 = Sangat Jarang	4 = Sering	0 = Sangat Kecil	4 = Besar
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang		1 = Kecil	5 = Sangat Besar

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No	Proses	Risiko yang Dapat Terjadi	Probabilitas					Dampak				
			0	1	2	3	4	0	1	2	3	4
2.	Distribusi produk pada perusahaan cabang											
2.1	Pemesanan kepada sales	a. Pelanggan meminta produk yang diluar range				✓						✓
		b. Pelanggan meminta produk yang telah mencapai limit			✓			✓				
		c. Harga tidak sesuai dengan keinginan pelanggan			✓					✓		
		d. Outlet telah diisi oleh supplier pesaing			✓							✓
2.2	Pengeinputan pesanan ke PSGF	a. Terjadinya kesalahan dalam input data	✓					✓				
		b. Sistem error		✓					✓			
2.3	Faktura Print	a. Penumpukan faktur		✓					✓			
		b. Faktur tidak tercetak			✓						✓	
2.4	Cek persediaan	a. Stok produk habis				✓				✓		
2.5	Pengambilan barang pada gudang	a. Kesalahan dalam pengambilan produk		✓				✓				
2.6	Pengecekan kelayakan	a. Produk tidak layak		✓					✓			
		a. Packing tidak sesuai dengan prosedur CDOB			✓				✓			
2.7	Packing	a. Penumpukan produk yang akan dikirim			✓				✓			
		b. Keterlambatan dalam pengiriman			✓					✓		
		c. Kerusakan produk dalam perjalanan menuju outlet		✓							✓	
2.8	Pengiriman ke outlet	d. Kesalahan alamat penerima	✓					✓				

Keterangan :

0 = Sangat Jarang  
4 = Sering  
1 = Sangat Jarang  
5 = Sangat Besar  
2 = Sedang  
3 = Kecil

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



Penulis bernama Dewi Pratiwi dilahirkan di Bukittinggi pada tanggal 17 September 1999 anak dari Bapak Yelrizon s, S.H dan Ibu Lastri Surya, S.Sos Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Adapaun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut :

Memasuki Sekolah Dasar Negeri 03 Koto Marapak, Kecamatan Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat, dan menyelesaikan pendidikan SD pada Tahun 2011

Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Ampek Angkek, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat, dan menyelesaikan pendidikan SMP pada tahun 2014

Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Bukittinggi, Koto Selayan Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Provinsi Sumatra Barat dan menyelesaikan pendidikan SMA pada Tahun 2017

Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri.

082284513721

dewipratiwi39672@gmail.com

Tahun 2005

Tahun 2011

Tahun 2014

Tahun 2017

Nomor Handpone

E-Mail

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.